

Kuin Sally ja Susie – muotia rivien välistä

Sally Singerin *Vogue*-julkaisujen ja *Style Bubble* -blogin
vertaileva kriittinen diskurssianalyysi

The Finnish Center for Gender Studies

University of Turku

Elina Vainio

Pro gradu -tutkielma

Mediatutkimus

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Toukokuu 2019

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

TURUN YLIOPISTO

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos/
Humanistinen tiedekunta

VAINIO, ELINA: *Kuin Sally ja Susie – muotia rivien välistä: Sally Singerin Vogue-julkaisujen ja Style Bubble -blogin vertaileva kriittinen diskurssianalyysi*

Pro gradu -tutkielma, 84 s.

Mediatutkimus

Toukokuu 2019

Tutkielmassa vertaillaan kahden muotikirjoittajan, *Vogue*-lehden Sally Singerin ja *Style Bubble* -blogin Susanna Laun, tekstejä kriittisen diskurssianalyysin kautta. Aineistona tutkielmassa ovat kirjoittajien verkkojulkaisut noin puolen vuoden ajalta. Tutkimuksen tarkoituksena on tunnistaa teksteistä diskursseja ja vertailla niitä suhteessa toisiinsa sekä suhteuttaa diskurssit niitä ympäröivään maailmaan, muoti-instituutioon. Tutkimusmenetelmänä käytetään kriittistä diskurssianalyysia, jonka avulla diskurssien tunnistamisesta siirrytään diskurssien sisälle, siihen, mitä niissä sanotaan tai tehdään. Kun diskursseja käsitellään yhteydessä ympäröivään muoti-instituutioon, on mahdollista pohtia myös instituution todellisuutta ja siinä vallitsevia valtasuhteita.

Kirjoittajiin liittyy kiinteästi perinteisten muotitoimittajien ja -journalistien osittain negatiivinen suhtautuminen bloggaajiin, tietynlaisiin uuden aallon muotitoimittajiin. Perinteistä muotikirjoittajaa tutkimuksessa edustaa Singer ja bloggaajaa Lau. Tutkielman diskurssianalyysin taustana on näin valtakamppailu, ja ennakko-oletuksena tutkielmassa on erilaisten ja toisilleen vastakkaisten diskurssien löytyminen. Kirjoittajien asemoiminen osaksi muoti-instituutiota kytkeytyy sosiologiseen muodintutkimukseen, jossa muoti nähdään eri toimijoista koostuvana instituutiona.

Tutkimustulokset osoittavat, että tunnistetut diskurssit ovat osittain toisilleen vastakkaisia. Myös samankaltaisia diskursseja pystyttiin tunnistamaan, mutta näissäkin diskurssien sisältä oli löydettävissä eroavaisuuksia. Singerin teksteistä esiin nousi vahvasti korkean muodin erottaminen muusta muodista ja tämän asemoiminen kaiken muun yläpuolelle. Lisäksi Singerin teksteissä vakavat aiheet kumottiin usein keveydellä. Laun teksteissä korostui lukijoihin samastuminen ja autenttisuus, sekä kriittisyys ympäröivää muoti-instituutiota kohtaan.

Tulosten perusteella voidaan päätellä, että muotimediasta löytyy toisistaan eroavia ääniä ja hyvinkin erilaisia diskursseja, vaikka toimijat sijoittuvat saman instituution sisälle ja puhuvat samoista aihepiireistä. Aineiston kattaessa vain kaksi kirjoittajaa ei kuitenkaan laajempia, instituution kokonaistilaa koskevia päätelmiä voida tehdä. Tästä nousee esiin lähtökohta jatkotutkimukselle, jossa olisi mahdollista tarkastella muodin tekstejä kattavammalla otannalla ja hahmottaa laajemmin muotimedian diskursseja.

Asiasanat: muoti, kriittinen diskurssianalyysi, haute couture, muotilehdet, muotitoimittajat, verkkojulkaisut, blogit, bloggaajat

SISÄLLYS

1. Johdanto	1
1.1 Tausta ja viitekehys	1
1.2 Tutkimuskysymykset, aineisto, menetelmät ja päämäärät	4
1.3 Rakenne	7
2. Konteksti	9
2.1 <i>Vogue</i>	10
2.2 <i>Style Bubble</i>	12
2.3 Diskurssianalyysi	15
3. <i>Vogue</i>-analyysi – erottautuminen	19
3.1 Vakavuus- ja keveysdiskurssi	22
3.2 Kehodiskurssi: oikeanlainen muodin keho	28
3.3 Myyttisyysdiskurssi	35
4. <i>Style Bubble</i> -analyysi – samastuminen ja autenttisuus	41
4.1 Kriittisyysdiskurssi	44
4.2 Tavallisuusdiskurssi	54
4.3 Kehodiskurssi: yksilön keho suhteessa muotiin	63
5. Lopuksi	71
5.1 Tunnistetut diskurssit ja niiden suhteet	71
5.2 Auktoriteetti ja legitimaatiovalta	75
5.3 Muotimedia tänään ja huomenna	77
Lähteet	79

1. Johdanto

Tässä tutkielmassa tutkimuksen kohteena on muotimaailma ja erityisesti yhteentörmäykset muotilehden ja blogin välillä: muotiviestinnän uusi aika, jonka lähtökohtana voidaan pitää muotiblogien syntyä vuonna 2003 (Rocamora 2013, 155). Tutkimuksen keskiössä ovat perinteisen muodin portinvartijan, muotijournalistin, sekä sosiaalisen median edustajan, muotibloggaajan, tekstien väliset yhtäläisyydet ja erot, joita tutkitaan vertailevan kriittisen diskurssianalyysin avulla. Sosiaalinen media on järjestyttänyt muotimaailmaa, vaikka muoti ennen sosiaalista mediaa olikin jo paljolti median ympärille järjestäytynyttä (esim. Barthes 1967). Sosiaalinen media ja erityisesti muotibloggaajat ovat rikkoneet tai ainakin heiluttaneet esimerkiksi perinteistä portinvartija-asetelmaa, jossa legitimoitujen muotilehtien toimittajat päättävät, mikä on muotia ja mihin suuntaan instituution tulee kehittyä (Kawamura 2011, 125).

Osa perinteisistä muotitoimittajista kokee bloggaajat uhkana, ja netissä on käyty kiivassanaisia ajatustenvaihtoja asiaan liittyen (kts. Bobila 2016). Media on aina toiminut muotimaailmassa mielikuvien luomisen ja kommunikaation kanavana, jonka kautta käydään jatkuvaa neuvottelua esimerkiksi siitä, mikä ylipäätään on muotia. Muotilehti on ollut pitkään tämän keskustelun tärkein alusta, mutta viime vuosien aikana keskustelu on siirtynyt ilmeisesti niin suurissa määrin sosiaaliseen mediaan, että perinteisen, painetun muotimedian tuottajat ovat heränneet. (Kawamura 2011, 125).

Vertailevan kriittisen diskurssianalyysin kautta voidaan ymmärtää pintaa syvemmillä millaisista eroja ja sävyjä bloggaajan ja perinteisen median edustajan teksteissä on, millaisia diskursseja teksteistä voidaan tunnistaa, ja miten bloggaajan ja vanhan koulukunnan muotitoimittajan näkemykset muotimaailman todellisuudesta ovat mahdollisesti ristiriidassa aiheuttaen riitatilanteita näiden tahojen välille. Samalla tutkielma osallistuu keskusteluun auktoriteetista, tasa-arvosta ja moninaisuudesta muoti-instituutiosta. Blogin ja muotilehden julkaisujen vertailu linkittyy myös keskusteluun muotimaailman demokratisoitumisesta (Barberá ym. 2017) ja vakiintuneiden käytänteiden rikkomisen mahdollisuuksista sosiaalisen median kautta (Bartlett ym. 2013, 7–8).

1.1 Tausta ja viitekehys

Yksi keskeisimmistä lähteistä tutkielmaani ajatellen on Yuniya Kawamuran (2011) teos *Modeologi: En introduktion till modevetenskap*. Tutkimusperinteiden näkökulmasta

Kawamuran teos on osa sosiologista muodintutkimusta, jossa muotia käsitellään kulttuurisosiologisena ilmiönä. Kawamuran lähtökohta pohjautuu taidesosiologiaan (Wolff 1993, 139), joka tutkii taiteellisen tuotannon käytäntöjä ja instituutioita. Kawamuran teoksessa vaikuttavat myös muodintutkimuksen klassikot kuten Thorstein Veblenin *The Theory of Leisure Class* (1957), Pierre Bourdieun teokset ja Georg Simmelin artikkeli ”Fashion” (1957).

Teoksessa Kawamura erottaa muodin vaatetuksesta. Kawamura näkee vaatteet konkreettisina tuotteina, kun taas muoti on abstrakti systeemi, johon sisältyy monia erilaisia toimijoita ja intressejä. Yksi tärkeimmistä lähtökohdista tutkielmalleni on Kawamuran (2011, 93) ajatus siitä, että yksittäiset muoti-instituution toimijat, esimerkiksi muotisuunnittelijat, eivät ole myyttisiä neroja, jotka määräävät yksin muodin vaihtelut, vaan muotisuunnittelijoilla on mahdollisuus menestyä vain muiden tunnustuksen avulla. Muotisuunnittelijan kyvyt itsessään eivät ratkaise tuleeko tästä menestynyt, vaan menestys on mahdollista muodin portinvartijoiden kautta, jotka määrittelevät, mikä on puhuttelevaa ja mikä taas jätetään raamien ulkopuolelle.

Lisäksi Kawamura (2011, 127) jakaa muodin portinvartijat kahteen ryhmään, muotijournalisteihin ja muotilehtien päätoimittajiin, sekä mainitsee muotilehdet ja muotivalokuvauksen tärkeinä kanavina muodin leviämisen, arvottamisen ja markkinoinnin kannalta. Kawamura jättää huomiotta teoksen julkaisuaikankohdasta (alkuperäis-teos 2004) johtuen bloggarit muodin portinvartijoina ja blogit muodin levittämisen, arvottamisen ja markkinoinnin kanavina. Ajatus muodista instituutiona, jota voidaan tutkia erillään sen tuotteista, vaatteista, on kuitenkin ajankohtainen myös nykyään. Tutkielmani pohjautuukin pitkälti Kawamuran kulttuurisosiologisiin ajatuksiin muodista sosiaalisena systeeminä tuoden lisäyksenä bloggarin, blogin ja verkossa toimivan lehden näkökulmat. Kawamuran lisäksi keskeinen lähde tutkimuksessani on Djurdja Bartlettin, Shaun Colen ja Agnes Rocamoran (2013) toimittama *Fashion Media: Past and Present*, joka yhdistää muodin- ja mediatutkimuksen näkökulmia.

Diskurssianalyysin pohjana käytän tutkielmassani Norman Faircloughin teoksia *Language and Power* (1989) ja *Discourse and Social Change* (1992). Faircloughin teokset sisältävät foucaultlaisen perusajatuksen diskursseista¹, mutta ne painottavat enemmän diskurssien suhdetta yhteiskunnan valtarakenteisiin ja sosiaaliseen analyysiin sekä muutokseen. Tutkielmassani diskurssi nähdään Faircloughin (1989, 25) tavoin

¹ Kts. lisää esim. Foucault (1972).

kolmen ulottuvuuden kaltaisena: alueena sosiaalisten käytänteiden ja tekstin välissä, jonka kautta sosiaalinen todellisuus tekstiin siirtyy. Kriittisen diskurssianalyysistäni tekee erityisesti diskurssien yhdistäminen instituution valtasuhteisiin, siihen miten niitä legitimoidaan ja esitetään tekstin ja diskurssien kautta. Tässä taustana toimii Teun A. van Dijk (1993) artikkeli ”Principles of Critical Discourse Analysis”.

Analyysiosioni tärkeimpiä lähteitä ovat *Voguen* osalta Ashley Mearsin (2010) artikkeli ”Size zero high-end ethnic: Cultural production and the reproduction of culture in fashion modeling” ja *Style Bubble* -blogin käsittelyssä Crystal Abidinin (2018) teos *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*. Mearsin artikkeli pohjautuu kulttuuriseen representaatioon ja kulttuurisen tuottamisen teorioihin (esim. Hall 1997). Abidinin kautta tutkielmani sijoittuu myös osaksi internetin ja sosiaalisen median tutkimusta. Analyysiosiossa käytän lisäksi muita soveltuvia lähteitä diskursseista nouseviin teemoihin liittyen.

Tutkimuksessani perinteisempää muotikirjoittamista edustavat *Vogue*-lehden verkkoalustalla julkaistut Sally Singerin tekstit. *Voguea* on tutkittu aiemmin siinä esiintyvien mainosten näkökulmasta (Hill, 2004), mutta nostan omaan tutkimukseeni lähtökohtiin ja *Voguen* liittyen tärkeämmäksi lähteeksi Brooke Erin Duffyn (2013) teoksen *Remake, Remodel: Women’s Magazines in the Digital Age*. Duffy pyrkii hahmottelemaan vastausta kysymykseen mikä on lehti ja erityisesti siihen, mikä lehti on digitaalisella aikakaudella, ja sijoittuu näin aikakauslehtien tutkimusperinteeseen, johon myös tämä tutkielma on kytköksissä.

Duffy (2013, 136) esittää, miten lehti on muuttanut muotoaan digitalisaation myötä fyysisestä objektista tuotemerkiksi, ja miten tämä on pakottanut organisaatiot lehtien takana pohtimaan, millaisen tuotemerkin organisaatio oikeastaan muodostaa. Perinteisten julkaisu- ja lukemismuotojen ainakin osittainen muuttuminen voi olla yhtenä syynä myös konfliktiin bloggareiden ja muotilehtien välillä: lehdet ovat olleet tai ovat edelleen epävarmassa muutoksen tilassa, ja oman aseman vahvistaminen uhkaajien kustannuksella olisi ymmärrettävä toimintatapa. Duffy (2013, 87) käsittelee myös bloggareita teoksessaan Jay Rosenin (2006) blogijulkaisun ”The People Formerly Known as Audience” innoittamana. Duffyyn verrattuna oma tutkielmani avaa pieneen aineistoon keskittyneen, tapaustutkimustyyppisen näkökulman. Samalla tutkielmani antaa ajankohtaisen näkemyksen siitä, mitä muotiblogi ja -lehti voivat tarkoittaa vuonna 2018.

Tutkimuksessani sosiaalisen median toimijaa edustaa Susanna Lau, joka kirjoittaa *Style Bubble* -nimistä blogia. Myös tätä blogia ja sen kirjoittajaa on tutkittu aikaisemmin. Minh-Ha T. Phamin (2013) artikkeli ”“Susie Bubble is a Sign of The Times”: The Embodiment of Success in the Web 2.0 Economy” käsittelee Laun teknokulttuuristen ja taloudellisten voimien näkökulmasta, jotka muovaavat Laun menestystarinaa. Pham (2013, 247) tuo esiin rakenteellisia voimia ja trendejä, jotka konstruoivat kuvaa menestyksestä sekä sen subjektista. Pham (2013, 248) alleviivaa sukupuolittunutta ja rodullista konstruktioita ideaalista ”Web 2.0 -julkiksesta” suhteessa ympäröivään historialliseen ja kulttuuriseen kontekstiin.

Näkökulma on lähellä edellä mainittua Kawamuran (2011) näkemystä muodista systeeminä, sekä sitä, miten henkilö legitimoidaan osaksi muotisysteemiä muiden toimesta. Pham (2013, 251) ottaa tekstissään myös kantaa oman tutkielmani aihepiiriin, bloggaajien ja muotilehtien väliseen kiistaan, toteamalla että 2010-luvun alun konflikti on väistynyt, ja bloggaajat ja lehdet toimivat yhteisymmärryksessä molempia hyödyttävillä tavoilla. Muotibloggaajia on esiintynyt aikoinaan myös *Voguen* kannessa, mutta kiistan ja sanaharkkojen puhkeaminen uudelleen vuonna 2016 (esim. Bobila 2016) on merkki siitä, että tilanne bloggaajien ja *Voguen* toimittajakunnan välillä on jossain määrin palannut lähelle 2010-luvun vaihteen tilannetta.

1.2 Tutkimuskysymykset, aineisto, menetelmät ja päämäärät

Tutkimuskysymykseni jaottuvat lineaarisesti kriittisen diskurssianalyysin ympärille. Millaisia diskursseja *Style Bubble* -blogista ja *Voguen* verkkojulkaisuista on löydettävissä? Miten diskurssit suhteutuvat kirjoittajien asemaan ja auktoritettiin instituutiassa? Miten löydetty diskurssit asettuvat vertailussa toisiinsa? Mitä tutkimustulosten perusteella voidaan sanoa muotimediasta vuonna 2018? Ennako-odotukseni on, että tekstien kautta on löydettävissä diskursseja, joihin liittyvien erojen kautta voitaisiin selittää osin myös kiistatilanne. Kaupallinen puoli ja raha on erottamaton osa sekä Singerin että Laun toimintaa. Rahan lisäksi uskon kuitenkin tässä tapauksessa olevan kyse myös arvoista ja siitä, millaisena osapuolet näkevät muodin kentän: millaisen todellisuuden se eri osapuolille muodostaa. Ennako-odotukseeni liittyy ajatus diskursseista, jotka käyvät kamppailua valta-asemasta.

Tutkimusaineistona toimivat *Style Bubble* -blogin julkaisut sekä *Vogue.com* -sivuston Singerin kirjoittamat julkaisut reilun puolen vuoden ajalta (tammikuu 2018 – syksy

2018). Haluan tutkia mahdollisimman tuoretta aineistoa, sillä mielenkiintoni kohdistuu siihen, mitä verkkolehti ja blogi voivat tarkoittaa vuonna 2018. Arkistoin kaikki julkaisut *Style Bubble* -blogista kyseiseltä aikaväliltä, sekä kaikki Singerin kirjoittamat *Voguen* artikkelit samalta aikaväliltä.

Edellä mainittu kiista muotijournalistien/-toimittajien ja bloggajien välillä on huomionarvoinen asia, muttei tutkimuskysymysten kannalta varsinaisesti tärkeä. Kiista toimii lähtölaukauksena tutkimukselle, mutta kiistan käsittely itsessään ei ole tutkimukseni aiheena. Konflikti herätti kiinnostukseni eroihin osapuolien välillä, ja eri osapuolten edustajien erot (ja niiden kautta myös yhtäläisyydet) ovat tämän tutkimuksen ytimessä. Lisäksi konflikti toimii aineiston rajauksen perusteena. *Vogue* ja sen toimittajakunta, erityisesti Singer, ovat profiloituneet vahvasti bloggareita koskevassa arvostelussa, ja tämän vuoksi *Vogue* ja erityisesti Singerin julkaisut tuntuvat luonteelta valinnalta tarkastelun kohteeksi.

Laun *Style Bubble* -blogi valikoitui aineistoksi kiistan lisäksi myös sen vaikutusvaltaisuuden vuoksi. Laun blogi on tällä hetkellä yksi muotimaailman vaikutusvaltaisimmista blogeista (Pham 2013). Suosionsa vuoksi sitä on kiinnostavaa tarkastella juuri auktoriteetin ja kamppailevien diskurssien näkökulmasta. *Style Bubble* -blogi rajautuu yhteen kirjoittajaan ja koen, että vahva henkilöön perustuva aineiston rajaus myös *Voguen* osalta antaa paremman lähtökohdan vertailulle. Lisäksi kirjoittajien vastuu julkaisuistaan on yksi tekijä aineiston rajauksessa. Laun voidaan olettaa kirjoittaneen blogitekstinsä itse, ja Singer on luovana digitaalisena johtajana isossa vastuussa *Voguen* digijulkaisuista, jolloin hänen näkemyksensä ovat kiinnostavia vertailun kannalta.

Voguen verkkosivuston artikkelien ja *Style Bubble* -blogin lisäksi hyödynnän taustoittavana materiaalina aihepiiristä kertovia muita artikkeleita, jotka kontekstoivat sekä diskurssianalyysia että sen pohjana toimivaa teemoitusta. Mediaerityisyys on jossakin määrin otettava huomioon, sillä kun vertaillaan blogitekstejä digitaalisiin lehtiteksteihin, on kyseessä kaksi erilaista alustaa, joiden toimintalogiikka on osittain erilainen. Tekniset yksityiskohdat eivät kuitenkaan muodosta tutkielmani ydintä, sillä uudessa mediassa uutta eivät olekaan välttämättä tekniset innovaatiot sinänsä, vaan uudenlaiset mahdollisuudet nähdä maailma ja rakentaa sitä sekä sosiaalisia suhteita ympärillämme (Fuery 2009, 21).

Kommentointimahdollisuudet tuovat digialustaan aina oman lisänsä perinteiseen lehteen verrattuna. *Voguen* sivustolla ei ole kommentointimahdollisuutta, mutta *Style Bubble* -blogista löytyy myös kommentteja. Olen rajannut kuitenkin kommentit tarkastelun ulkopuolelle, sillä mielenkiinnon kohteenani on ennen kaikkea Singerin ja Laun näppäimistöiltä lähtöisin olevat diskurssit. Aineistoon ei liity suurempia eettisiä kysymyksiä, sillä niin blogin kuin verkkolehdenkin tekstit ovat normaaleilla lähdeviittauskäytännöillä sisällytettävissä tutkielmaan (esim. McKee ym. 2008 sekä Turtiainen ym. 2013, 59).

Päämetodini on jo edellä esiin noussut kriittinen diskurssianalyysi. Kriittisen diskurssianalyysin kautta pystyn analysoimaan tekstejä tarkasti ja pohtimaan, millaisia käsityksiä ja motiiveja tekstien takaa paljastuu. Ajatukseni siitä, että muotiyhteisön todellisuus rakentuu sosiaalisesti, on sosiaaliseen konstruktivismiin perustuva. Michel Foucault (1972) näkee vallan ja vastustuksen kulkevan aina käsi kädessä. Hallitsevia diskursseja uhkaavat jatkuvasti vaihtoehtoiset diskurssit, joilla on kyky heikentää hallitsevan diskurssin totuusarvoa, ja näin hallitsevan diskurssin valta sekä sen vastustus vaihtoehtoisia diskursseja kohtaan ovat toisistaan erottamattomia.

Diskurssianalyysi on yleinen metodi sosiaaliseen konstruktivismiin pohjaavissa tutkimuksissa (Burr 1995, 150), ja sosiaaliseen konstruktivismiin liittyviä ajatuksia hyödynnetään myös tässä tutkimuksessa. Kriittinen diskurssianalyysi valikoitui metodiksi tutkielmani innoittajan, perinteisen ja uudemman muotimedian välisen kiistan kautta. Keskittyminen instituution dominointisuhteisiin sekä sosiaalisten kysymysten ymmärtäminen diskurssianalyysin kautta ovat kriittisen diskurssianalyysin ytimessä (van Dijk 1993). Diskurssianalyysini keskiössä ovat teemat, jotka nousevat muodintutkimuksesta ja muotiviestinnän tutkimuksesta: auktoriteetti ja kamppailevat diskurssit sekä kehonkuvat ja muodin kieli, johon kuuluvat myös epigrammit (Barthes 1967 & Svelte 2017).

Tutkimusaineistoni kattaa sosiaalisen median osalta yhden bloggaajan ja yhden *Voguen* toimittajan julkaisuja, eikä kattavia yleistyksiä näin suppean aineiston pohjalta pystytä tekemään. Huolellisen aineiston analyysin kautta voidaan kuitenkin nostaa esiin yksityiskohtia, jotka pinnallisessa tarkastelussa jäisivät vaille huomiota.² Pääosassa

² Kts. lisää diskurssianalyysin mahdollisuuksista mm. Jokinen ym. (2016, 103–104 & 247). Viimeisen sivun jossakin määrin runollinen kuvaus vastaa mielestäni hyvin sitä, mitä diskurssitutkija oikeastaan tekee.

tutkimuksessani ovatkin blogin ja muotilehden diskurssit, joiden tunnistamisen ja vertailun avulla voidaan avata kohdistettu näkökulma muotimediaan vuonna 2018. Päämääränä on tämän kautta hahmottaa muotimedian todellisuuksia sekä esittää jatkotutkimuksen aiheita.

1.3 Rakenne

Tutkielma jäsentyy johdantoon, käsittelylukuihin sekä yhteenvedonomaiseen Lopuksi-lukuun. Ensimmäisessä käsittelyluvussa, joka toimii samalla myös aineiston esittelynä, käydään läpi muotilehteä ja blogia käsitteinä sekä näiden ominaispiirteitä rinnakkain aineiston tarkemman esittelyn kanssa. Muotilehteä ja blogia käsittelevässä luvussa sivutaan myös muotilehden siirtymistä verkkoalustoille, sekä blogin ja verkkolehdistän teknisiä eroja ja yhtäläisyyksiä. Tässä luvussa selvennetään myös muotitoimittajien roolia muoti-instituution portinvartijoina sekä sitä, millä perusteella bloggaajia voidaan kutsua muodin uusiksi portinvartijoiksi. Tämä valottaa osaltaan myös tutkielmani innoituksena toimivaa vastakkainasettelua perinteisten muotitoimittajien ja bloggaajien välillä sekä muotilehden ja -blogin institutionaalisia rooleja.

Muotijournalistit nähdään usein kovan luokan legitimoituina ammattilaisina, kun taas bloggaajat koetaan usein amatööreiksi, joille bloggaaminen on vain harrastus, ja bloggaajien tuottama sisältö näin vähempiarvoisempaa oikeisiin ammattilaisiin verrattuna (Rocamora 2013). *Style Bubble* -blogin menestys ja bloggaamisen yleinen kehitys työksi, jolla elättää itsensä, sulkee kuitenkin amatööriyden käsitteen pois tarkastelusta. Amatööri-käsitteen sijaan tutkielmassa legitimaatiota ja auktoriteettia käsitellään kahden erilaisista lähtökohdista ja alustoista ponnistavien, erityyppisten ammattilaisten välillä.

Tutkimuksen keskiössä ovat blogista ja muotilehden artikkeleista nousevat diskurssit, joiden analyysin kautta tutkielma kontekstoinnin jälkeen etenee. Analyysiosion pääluvut jakautuvat aineiston mukaan. Ensimmäinen luku käsittää *Voguen* diskurssianalyysin. Toisessa luvussa analysoin *Style Bubble* -blogia, joka tässä käsittelyjärjestyksessä vertautuu samalla edellä käsiteltyihin Singerin julkaisuihin. Yhteenvedoluvussa pyrin kokoamaan diskurssianalyysin antia sekä vastaamaan tutkimuskysymyksiini: millaisia diskursiivisia eroja ja yhtäläisyyksiä muotilehden ja blogin välillä on, ja miten nämä suhteutuvat kirjoittajien asemaan sekä ympäröivään instituutioon. Myös edellä esitettyihin ajatuksiin auktoriteetista, legitimaatiosta sekä muotimedian mahdollisuuk-

sista muutokseen otetaan kantaa yhteenvedossa. Lisäksi pohdin, mitä tutkimuksen perusteella voidaan sanoa muotimedian nykytilasta ja tulevaisuudesta.

2. Konteksti

Ymmärtääksemme *Voguen* ja *Style Bubble* -blogin asemat muotimaailmassa on hyvä nostaa esille lehden ja blogin historiaa. Aineistojen taustoitus on tärkeää, jotta pystytään saattamaan diskurssianalyysi kontekstiin, yhteen ympäröivän maailman kanssa. Kontekstilla viitataan van Dijkin (2005, 237) ja Monika Bednarekin (2014, 51) esittämiin ajatuksiin kontekstin ja diskurssin suhteesta. Van Dijk määrittelee kontekstin diskurssin tiedollisiksi, sosiaalisiksi, poliittisiksi kulttuurisiksi ja historiallisiksi ympäristöiksi. Toisin sanoen konteksti on ympäristö, joka mahdollistaa diskurssin ja jossa diskurssi on olemassa. Kontekstin tärkeys erottaa diskurssianalyysin ja näin myös tutkielmani uuskritiikin lähiluvusta ja kontekstin esiin ottaminen tutkielmani mukaisessa laajuudessa on perusteltua myös taiteiden tutkimuksen lähtökohdat huomioon ottaen.³ Taide, ja laajemmin ilmaisu ylipäätään, kumpuaa nimenomaan traditioista sekä kulttuurisista ja sosiaalisista konventioista, arvoista ja käytännöistä (Heinonen 2014, 14).

Bernadek (2014, 50) esittää kommunikatiivisen kontekstin (*communicative context*) ajatuksen, joka pohjautuu mediatekstin, sen tuottajien ja yleisöjen suhteeseen.⁴ Bednarekin (2014, 51) kommunikatiiviseen kontekstiin liittyvät seuraavat kysymykset: 1. Miten teksti on tuotettu, kuka sen on tuottanut ja mihin tarkoitukseen? 2. Mikä on tekstin kohdeyleisö? 3. Mikä on mediana tuottajan ja yleisön välillä? 4. Mikä on tekstin ja ideologioiden⁵ suhde? Viimeinen kysymys sisältää mahdollisuuden pohtia ko. tuottajien, yleisön ja instituution kulttuuria, kaupallisia realiteetteja, yleisiä, instituutionaalaisia ammatillisia konventioita sekä käytännöllisiä ja teknisiä sääntöjä sekä rajoitteita. Bednarekin esittämien kysymysten kautta pystyn avaamaan ja taustoittamaan aineistoa kahdesta eri tulokulmasta: mihin aineistot sekä niiden tuottajat tarkalleen muoti-instituutiossa sijoittuvat, sekä itse muoti-instituutiota, sen arvoja ja rajoitteita.

³ Kts. lisää uuskritiikistä ja taiteiden tutkimuksen lähtökohdista esim. Heinonen (2014, 14 & 144).

⁴ Kts. myös Bednarek 2010, 14–17; Bednarek & Caple 2012, 20. Tätä sivuaa väitöskirjassaan myös Töyry (2005) termein ’mediakonsepti’ sekä ’konseptianalyysi’ En käytä tässä työssäni Töyryn laajaa konseptianalyysia, sillä Bednarekin (2014, 51) kysymykset painottuvat enemmän tutkimuksen kohteeseen, itse teksteihin, eikä niinkään genren määrittelyyn.

⁵ Ideologialla tarkoitetaan tässä tutkielmassa näkemystä ja uskomuksia muotimaailmasta sekä niistä muodostuvaa ajatusjärjestelmää, joka voi myös ohjata toimintatapoja (Pynnönen 2013, 20). Valtasuhteet ja -asemat rakentuvat ideologioiden avulla, ja diskursiivisiin käytäntöihin upotetut ideologiat ovat tehokkaimmillaan silloin, kun ne luonnollistuvat ja saavuttavat ”totuuden” tai ”terveen järjen” aseman (Wodak 2001, 10 & Fairclough 1992, 87). Tämän vuoksi kriittisessä diskurssianalyysissa tulen paneutumaan juuri siihen, mikä ilmaistaan tekstissä itsestään selvänä.

2.1 *Vogue*

Bednarekin kysymysten kautta voidaan kontekstoida *Vogue* ja tähän tutkimukseen valittujen verkkoartikkelien kirjoittaja Sally Singer osaksi muoti-instituutiota. Muoti-instituution käsite pohjautuu Kawamuran (2011) näkemykseen muodista institutionaalisena systeeminä. Tässä tutkimuksessa muoti käsitetäänkin juuri institutionaalisena systeeminä, joka erottautuu vaatteista ja ulkonäöstä, eli muodin materiaalisista objekteista (Kawamura 2011, 69). Kawamura (2011, 139) erottaa selkeästi muotiteollisuuden vaateteollisuudesta. Muodin tuotantoon liittyy ideologinen aspekti, kun taas vaatteiden tuotantoon kuuluu muodin materian, kankaiden ja vaatteiden, valmistus. On olemassa vaatteita, jotka eivät ole muotia, ja myös muotia voidaan tarkastella institutionaalisista näkökulmista, joihin ei sisälly itse materiaalisten objektien tarkastelua. Muodin tarkastelu systeeminä mahdollistaa muoti-instituution erilaisten toimijoiden määrittelemisen muodin kentälle. *Vogue* ja toimittaja Singer sijoittuvat muotimedian osa-alueeseen, jonka toimijoita Kawamura (2011, 123 & 127) kuvaa sekä muodin vartijoiksi että sen levittäjiksi.

Kawamura (2011, 27) jakaa muodin vartijafunktion omaavat toimijat kahteen ryhmään: muotijournalisteihin ja muotitoimittajiin. Ero näiden ryhmien välille tehdään lehtityypin avulla. Muotijournalistit kirjoittavat muodista esimerkiksi naistenlehtiin, toisin sanoen lehtiin, jotka käsittelevät muutakin kuin muotia. Suomalaisena esimerkkinä voisi toimia vaikkapa *Anna*. Muotitoimittajat taas työskentelevät esimerkiksi juuri suurelta osin muotilehdeksi mielletyssä *Voguessa*, ja Singer asemoituukin tähän ryhmään. (Kawamura 2011, 128–129). Jaottelusta tekee mielenkiintoisen se, miten *Vogue* määrittyy muotilehdeksi, vaikka se on tarkemmin määriteltynä ”lifestyle”-lehti, aivan kuten esimerkiksi nostettu *Anna*. *Voguen* historia selittää osaltaan sen statusta muoti-instituutiossa: *Voguen* ensimmäinen painos julkaistiin vuonna 1892 (Hill 2004, 6) ja esimerkiksi muotivalokuvauksen historia painottuu vahvasti *Voguen* ympärille (Dahlgren 2009, 152).⁶

Voguella ja Singerillä voidaan siis Kawamuraan (2011) tukeutuen todeta olevan paljon valtaa muoti-instituutiossa. *Voguen* pitkät perinteet yhtenä maailman ensimmäisistä

⁶ *Voguen* käsitteleminen muotilehtenä perustuu sen asemaan muotimaailmassa enemmän kuin sen juttujen sisältöön. Tässä kohdassa kontekstin huomiointi pelkän lähiluvun sijaan on erityisen tärkeää.

muotilehdistä.⁷ ovat omiaan nostamaan lehden arvoa instituutiossa. Kontekstointiin saadaan toinen ulottuvuus, kun *Vogue*-lehteä ja Singeriä tarkastellaan Bednarekin (2014) kysymysten kautta: millaiseen kontekstiin itse teksti, Singerin kirjoittama tuotos, asettuu tarkastelussa viestijän ja vastaanottajan suhteiden kautta? Tutkimani *Voguen* tekstit on tuotettu verkkoalustalle, ja niiden kirjoittajana toimii Singer, *Voguen* luova digitaalinen johtaja. Tekstien tarkoituksiksi voisi kuvailla Kawamuran (2011) ajatusten kautta muodin levittämistä ja tiettyjen asioiden legitimoimista muodiksi. Toisaalta voidaan ajatella, että huomiotalouden (*attention economy*)⁸ aikakaudella tekstien tarkoituksena on myös saada huomiota, viihdyttää ja informoida lukijaa, jotta lukija saadaan pysymään verkkosivustolla. Verkkosivulta löytyy myös mainoksia, mistä voidaan johtaa yksi syy siihen, miksi lukija on tärkeää pitää sivustolla. Mitä kauemmin lukija sivustolla pysyy, sitä enemmän hän ehtii nähdä mainoksia. Tekstin tarkoituksena on siis informaatio, viihdearvo ja raha.

Tekstin kohderyhmäksi voidaan ajatella muodista kiinnostuneet lukijat. Vaikka *Vogue* mielletään perinteisesti muodista kirjoittavana lehtenä ja se liittyy kiinteästi muoti-instituution historiaan (Hill 2004, 6–12) löytyy verkkosivustolta paljon myös ”lifestyle”-aineistoiksi luokiteltavia juttuja. Näin Singerin asema verkkoalustalla lähestyy Kawamuran (2011, 128) muotijournalistin käsitettä: Singerin juttuja lukevat mahdollisesti myös muut kuin muotiin perehtyneet tai muodista kiinnostuneet lukijat. Aineiston joukosta löytyy esimerkiksi ruokaohjeita, jolloin kohderyhmä laajenee. Kohderyhmänä eivät ole enää pelkästään intohimoiset muoti-ihmiset, vaan *Vogue*-elämäntyylistä kiinnostuneet.

Mediana tuottajan ja yleisön välillä toimii verkkoalusta *Vogue.com*, jonka kautta viesti tuottajan ja yleisön välillä välittyy. Tekstin ja ideologioiden suhde lähestyy edellä mainittua *Vogue*-elämäntyyliä: Singerin tekstit välittävät kokonaisvaltaista kuvaa tietynlaisesta elämästä hyödyntäen *Voguen* perinteistä legitimoitua asemaa muodin suunnannäyttäjänä. Singerin teksteistä välittyy kuva siitä, mistä tyylitietoisien ihmisen tulee pitää ja minkälaisista ruuista, vaatteista ja meikeistä kuuluu tällä hetkellä olla kiinnostunut. Tässä yhtälössä kaupallinen puoli ja mainostajat nousevat suureen

⁷ Kts. esim. Dahlgren (2009).

⁸ Lue lisää esim. Davenport (2001).

arvoon⁹, ja Singerin kautta tietyt esiin nostetut tuotemerkit voivat saavuttaa aseman trenditietoisten kuluttajien sydämissä.

Duffy (2013, 2) nostaa esille digitaalisen *Voguen* kannalta relevantin kysymyksen siitä, mikä pohjimmiltaan on lehti. Millä perusteilla tässä tutkimuksessa voidaan käsitellä *Vogue*-lehteä muotilehtenä, vaikka Singerin julkaisut ovat verkkoartikkeleita? Digitaalisuus on luonut tarpeen määritelmien muutoksille, mutta onko perinteisellä lehdellä ja digitaalisella lehdellä olemassa pienin yhteinen nimittäjä, josta voi tunnistaa lehden, olipa se sitten digitaalinen tai paperinen? Kun ajatellaan muotilehden roolia muoti-instituutiossa, voidaan todeta sen olevan konseptina (Töyry 2008, 22) pitkälti sama kuin paperisen julkaisunkin. Portinvartija- ja levittäjämekanismit sopivat yhä myös digialustoilla toimiviin muotilehtiin, kuten myös tämän tutkimuksen *Vogueen*. Kawamura (2011, 130) tuo myös esiin, miten riippuvaisia muodin vartijat ja levittäjät, muotitoimittajat ja -journalistit, ovat rahasta. Harvoja poikkeuksia lukuun ottamatta nämä joutuvat enemmän tai vähemmän mukautumaan mainostajien vaatimukseen, sillä muotilehti on riippuvainen mainostuloista. Myös tämä pätee niin paperi- kuin digitaalisiin muotijulkaisuihin. Digitaalisuuteen ja lehtiin, ja varsinkin lehtien digitalisaatiopakkoon, liittyy Duffyn (2013, 2) mukaan myös huomiotalous. Toisin sanoen lehdillä ei ole varaa jäädä paitsi verkosta, jossa uusia menestyjiä luodaan ja ennennäkemätön määrä suosiota on saavutettavissa huomiotalouden menestyjille.

2.2 *Style Bubble*

Susanna Lau, joka tunnetaan nimellä Susie Bubble, on yksi maailman suosituimpia ja tunnistettavimpia muotibloggaajia (Pham 2013, 245). Laun blogi, *Style Bubble*, on aloitettu vuonna 2006 (ibid.). Kirjoittaja itse on muotoillut bloginsa ponnistavan itsekkäistä lähtökohdista ja kuvaillut itseään termillä ”fashion-outsider/entusiast” (Amed 2007 & Lau 2018b). Henkilökohtaiset lähtökohdat *Style Bubble* -blogille voidaan näin nähdä hyvinkin harrastajamaisina. Lähtökohtana on oma kiinnostus tiettyyn aihepiiriin (”fashion-entusiast”), ja Lau asemoi itsensä varsinaisen muoti-instituution ulkopuolelle (”fashion-outsider”) erottaen näin itsensä esimerkiksi *Voguen* muotijournalisteista ja -toimittajista. Susie Bubblien oma näkemys sijoittumisestaan varsinaisen muotimaailman ulkopuolelle on yhteydessä Kawamuran (2011, 117–129) hahmotelmaan siitä, miten muotijournalistit ja -toimittajat ovat avainasemassa muodin

⁹Mainokset ovat *Voguen* alkuajoista asti olleet tärkeä osa lehden toimintaa, kts. lisää Hill (2004, 6–12).

vartijoina ja levittäjinä. Koska Lau ei asemoi itseään perinteiseksi muotijournalistiksi tai -toimittajaksi, on asemointi varsinaisen muoti-instituution ulkopuolelle ymmärrettävää. Merkittävää Laun positiossa ja ulkopuolisuuden kokemuksessa on myös se, miten hän ei ole itse ottanut esiin mallikelpoisen muotitoimijan manttelia, vaan se on enemmänkin narratiivi, joka hänestä on ulkopuolisten toimesta tuotettu (Pham 2013, 245).

Kawamura (2011) ei mainitse varsinaisesti bloggareita muotisysteemiin kuuluvina osina, mikä on ymmärrettävää, kun huomioidaan teoksen julkaisuvuosi. Kawamuran (2011, 79) näkemys muotisysteemiin sisältyvistä toimijoista koskee kuitenkin laajimmillaan lähes kaikkia muotiin liitettävissä olevia ammattiryhmiä: mainostajia, assistentteja, tekstiilien, vaatteiden ja kosmetiikan valmistajia, kuvaajia sekä sisäänostajia. Tämän listauksen kautta ei myöskään Lauta voida nähdä muodin ulkopuolisena toimijana, vaan kiinteänä osana muotisysteemiä. Laun positiota voidaankin ”bloggaaja”-termin lisäksi kuvata termillä ”influencer”, vaikuttaja (Abidin 2018, 1).

Abidin (2018, 5) nostaa esiin myös teeman tavallisista ihmisistä julkisuuden henkilöinä. Lau sijoittuu osittain myös tähän kategoriaan, sillä Laun blogiartikkelit nostavat esiin yksityiskohtia tämän arkipäivästä, ”tavallisesta” elämästä. Abidin (ibid.) erottaa tavallisuuden ”keskiverrosta”, ”tyypillisestä” ja ”yleisestä kuvauksesta” tässä kontekstissa. Tavallisuus tarkoittaa, ettei henkilö ole asiantuntija tai perinteinen julkisuuden henkilö, ja tämä voi olla tunnettu hyvinkin vaihtelevien syiden vuoksi sekä useiden sattumien kautta. Tähän liittyy myös henkilön mahdollisuus jakaa tietoa jostakin omaan elämäänsä liittyvästä, kiinnostavasta ja huomiota herättävästä aiheesta, mikä kuvaa hyvin Laun blogin sisältöä.

Pohdittaessa Singerin ja Laun sijoittumista muotisysteemiin, voidaan kuitenkin huomata monia samankaltaisuuksia. Muodin levittämisen funktio on havaittavissa niin bloggaajan kuin muotijournalistinkin kohdalla. Myös mainostajien läsnäolo voidaan yhdistää molempiin rooleihin. Kuten Kawamura (2011) esittää, muotilehdet ovat riippuvaisia mainostuloista, eivätkä ole koskaan täysin taloudellisten tekijöiden ulkopuolella. Bloggaajien kohdalla tilanne on hyvin samankaltainen. Esimerkiksi *Style Bubble* -blogin ”Spring Snow Sprung” -julkaisun alalaidasta löytyy teksti, jossa kerrotaan postauksen olevan osa käynnissä olevaa yhteistyötä Coach-vaatemerkin kanssa (Lau 2018a). Voidaan siis sanoa, että molemmat, niin bloggarit kuin muotijournalistitkin, toimivat kiinteässä yhteistyössä muotimerkkien kanssa. *Style Bubble* -

blogissa ei näy mainoksia esimerkiksi perinteisessä bannerimuodossa toisin kuin *Voguen* sivustolla ja Singerin artikkeleiden yhteydessä, mutta monet Laun julkaisuista keskittyvät tietyn merkin uuden malliston esittelyyn.

Yhtäläisyyksien lisäksi Laun ja Singerin rooleista on löydettävissä myös eroja. Laun rooli voidaan nähdä osin Singeriä vapaampana, sillä Singer on sidottu *Voguen* linjaan, josta päätöksiä ei tee pelkästään Singer itse. Lau taas on tietyllä tavalla täysi hallinta omista teksteistään, ja mainostenkin tapauksessa Lau voi päättää yhteistyöprojekteistaan vapaammin kuin tiukasti *Voguen* linjaan sidottu Singer. Lau (*The Business of Fashion*, 2018a) on myös painottanut itsenäisyyden tärkeyttä työssään. Hän jätti työnsä *Dazed Digital* -lehden toimittajana keskittyäkseen kokonaisvaltaisesti blogiinsa, ja taustoitti valintaansa vertaamalla tiimityötä ja itsenäisyyttä. Kommentteissaan Lau totesi, että tiimityö perustuu aina kompromisseihin, jolloin jotakin tärkeää jää aina pois. Lau painotti myös, miten hän ei halua olla tuottamassa kollektiivisia ratkaisuja tai kompromisseja, vaan itseään. Vaikka Singer itsessään on myös vahvasti henkilöbrändi, henkilöityy hän kuitenkin vahvasti *Voguen* kautta. Voidaankin sanoa, että siinä missä Singer työskentelee *Voguelle* ja *Vogue* on osa Singerin henkilöbrändiä – *Vogue* ja Singer muodostavat tietynlaisen hybridin – Lau työskentelee omalle henkilöbrändilleen. Myös henkilöiden suhtautumisessa muotimaailmaan voidaan nähdä eroja. Kuten edellä esitettiin, Lau (2010) on asemoinut itsensä muoti-instituution ulkopuoliseksi muotihulluksi, kun taas Singer asemoituu automaattisesti johtavaan asemaan muoti-instituutiossa *Vogue*-positionsa kautta.

Rocamora (2013, 162) esittää vastakkainasettelun sijaan uuden ja vanhan muotimedian toisiaan hyödyttävän mallin. Uutta ja vanhaa muotimediaa ei voida nähdä yksiselitteisesti kilpailevina, toisilleen vastakkaisina elementteinä, vaan ennemminkin läheisriippuvaisina ja toisiaan ruokkivina yksiköinä. Rocamora (ibid.) painottaa myös uuden ja vanhan muotimedian analysoinnissa tekstuaalisen analyysin lisäksi niiden tuottamisen ja kuluttamisen tapojen analysointia. Sivuan tuottamista ja kuluttamista *Style Bubbles* kohdalla lyhyesti edellä *Voguen* soveltaamaani Bednarekin (2014) kaavaa hyväksikäyttäen. Laun, kuten Singerinkin, kohdalla tekstin on tuottanut ko. henkilö itse. Tekstin tuottamiseen molempien kohdalla ovat varmasti ainakin osittain vaikuttaneet mainostajat, mutta kriittinen ero tekstin tuotannossa on jo edellä mainittu ero tiimin ja yksilötyöskentelyn välillä. Singer kirjoittaa *Voguelle*, kun taas Lau kirjoittaa omalle brändilleen. Laun kommenttien pohjalta voidaan todeta, että Lau kirjoittaa tekstinsä enemmän itseilmaisuun pohjautuen, kun taas Singerillä on suurempi paine tuottaa

Voguen linjan mukaisia julkaisuja tietyistä aiheista tietyissä aikatauluissa. Yksi tarkoitusperä tekstin tuottamiseen on toki myös molempien kohdalla taloudellinen.

Tekstin kohdeyleisö voidaan nähdä Laun kohdalla suppeampana kuin Singerin. *Vogue* lifestyle-lehtenä tarjoaa juttuja laajalle yleisölle, vaikkakin sen merkitys muoti-instituutiossa asemoi sen helposti muotilehdeksi. Yleisö voi lukea Singerin artikkeleita ilman erityistä pohdintaa siitä, miellyttääkö Singerin persoona heitä vai ei. Lau taas henkilöityy vahvasti omaan blogiinsa, ja mikäli Lau ei henkilönä tai ilmiönä miellytä, voivat tekstit jäädä lukematta. Toisaalta Lau edustaa myös uutta muotimediaa ja perinteisten portinvartijoiden ulkopuolella olevaa näkökulmaa muotiin. Pham (2013) on ottanut esille myös Laun ympärille rakennetut tarinat, jotka liittyvät Aasian talouden kasvuun ja nuorten aasialaisnaisten nousuun muotikuluttamisen keskiöön. Laun voidaan siis sanoa olevan nimenomaan tietyn aikakauden tuotos, jonka suosio kumpuaa Phamin osoittamista tarinoista ja ajankuvasta, kun taas *Voguen* suosio kytkeytyy vahvasti perinteisiin.

Mediana tuottajan ja yleisön välillä toimii Laun tapauksessa blogi, joka eroaa *Voguen* verkkoaineistoista kommentointimahdollisuuden kautta. Toisin sanoen yleisö saa äänensä enemmän kuuluviin Laun tapauksessa verrattuna Singeriin. Tekstin ja ideologioiden suhde ei Laun kohdalla kytkeydy niinkään tavoiteltavaan elämäntyyliin, vaan se henkilöityy. Myös Laun kohdalla tämän oman elämäntyylin voidaan sanoa olevan tietyllä tavalla keskiössä, ja varmasti blogin lukijoista osa toivoisi saavuttavansa Laun kaltaisen elämän. Elämäntyyliin liittyviä ideologioita ei voida kuitenkaan yhdistää niin vahvasti Laun teksteihin, sillä itse tekstit rajautuvat hyvin tarkasti muodin ympärille. Laun julkaisuissa ei käsitellä trendikkäitä ruokia, vaan muodin ilmiöitä, Laun yhteistyöprojekteja eri muotisysteemin tahojen kanssa ja materiaalisia objekteja, vaatteita. Tässä mielessä Lau itse asiassa kirjoittaa enemmän itse muodista kuin Singer, ja Kawamuran (2011, 128) muotijournalisti-muotitoimittaja -jaottelun kautta Lau olisi näin lähempänä muotitoimittajan asemaa, kun taas Singer lähestyy muotijournalistin lokeroa.

2.3 Diskurssianalyysi

”Mikä tahansa on, se yksinkertaisesti on, mutta heti kun yritämme ilmaista, mitä jossakin on, astumme diskurssien maailmaan” (Gergen 1994, 72). Lainausta esittää havainnollisesti risteyksen, jossa diskurssianalyysi ja sosiaalinen konstruktionismi kohtaavat. Asiat, esineet, ihmiset ja tilanteet ovat, mutta kun nämä liitetään sosiaalisen

piiriin, ollaan tekemisissä diskurssien kanssa. Vivien Burr (1995, 64) esittää diskurssin käsitteen olevan läheisesti yhteydessä sosiaaliseen konstruktionismiin sekä instituutio-naalisiin ja sosiaalisiin käytäntöihin. Burr (1995, 64) käyttää Foucaultin (1972, 49) määritelmää diskurssista: diskurssit ovat käytäntöjä, jotka muodostavat objektit, joista ne puhuvat. Diskurssi viittaa merkitysten, metaforien, representaatioiden, kuvien, tarinoiden ja väittämien joukkoon, joka yhdessä muodostaa tietyn version tapahtumista tai objekteista. Mitä tahansa objektia ympäröi lukuisa määrä erilaisia diskursseja, ja niistä jokainen esittää tai konstruoi kohdettaan eri tavoin. Diskurssit mahdollistavat maailman näkemisen tietyllä tavalla, ja osaa diskursseista pidetään helposti todempina kuin toisia. Diskursseissa on kyse myös vallasta, joskin Burr muistuttaa, että valta ei koskaan ole absoluuttinen tai yksisuuntainen, esimerkiksi tietyn ihmisryhmän hallussa, ja valta ja vastustus kulkevat aina käsi kädessä. (Burr 1995, 64–79).

Vallan kaksisuuntaisuus on kiinnostavasti esillä kun tarkastellaan muotimaailmaa ja sosiaalista mediaa. Sosiaalinen media tarjoaa toisaalta valtavat markkinointimahdollisuudet huippumuodinmuodin suunnannäyttäjille, mutta samalla se on vaarantanut koko muotimaailman legitimaatio- ja portinvartijasysteemit. Tämän ajatuksen jatkeena herää kysymys siitä, voiko muotimaailma tosiasiallisesti toimia ilman selkeää valvovaa ja oikeuttavaa tahoja. Johtajuuden voidaan ajatella osittain siirtyneen portinvartijoilta bloggaajille, jotka puolestaan tarvitsevat hyväksyntää yleisöltä eli lukijoilta. Ehkä tähän perustuukin ajatus sosiaalisen median ja blogien demokratisoivasta voimasta: valta on siirtynyt asiantuntijoilta massoille. Muodin popularisaatio voisi toimia hyvänä terminä kehitykselle, mikä on tietysti ongelmallinen, mikäli muoti nähdään jo osana populaarikulttuuria. Muodin legitimaatiovallan popularisointi voisikin toimia käsitteenä valottamaan muotimaailman tapahtumia. Valta on jossakin määrin aina kuitenkin ollut myös yleisöllä. Arvostettuja perinteisiä muotilehtiä ei olisi, jos kukaan ei lukisi niitä. Lukijakunta voi kuitenkin olla hyvinkin erilainen eri tilanteissa. Jos muotilehti on suunnattu pienelle sisäpiirille, ei se tarvitse saavuttaa suosiota (legitimaatiota) tavallisten ihmisten keskuudessa.

Vallan kaksisuuntaisuudessa kiinnostava kysymys on myös, miten tämän tutkielman inspiraationa toiminut vastakkainasettelu suhteutuu foucaultlaisesta ajattelusta kumpuavaan väittämään siitä, ettei valtaa ole olemassa ilman vastustusta. Protagonistille on varmasti aina löydettävissä antagonisti, mutta ovatko muotibloggaajat ja muotitoimittajat todella protagonist-antagonisti -asettelun kaksi napaa? Kun inspiraationa on

toiminut vastakkainasettelu, houkutus on suuri sankari-antisankari -asetelman löytämiseen. Tämän estämiseksi voidaan pitää mielessä Sanna Valtosen (2004, 220) tulkinta Foucaultin ajatuksista valtaan liittyen: valta ei ole yksisuuntaista tai pysyvää, vaan muuttuvaa ja monisyistä, kuten myös sen vaikutukset. Valta ei myöskään ole yksisuuntaista tai yhdellä tavalla toimivaa. Tätä täydentää Arja Jokinen ym. (2016, 75) toteamalla, ettei foucaultlaista valtaa nähdä yksilön omaisuutena, eikä diskursseja ulkopuolelta määrittävänä voimana. Tämä lähestyy sosiaalisen konstruktionismin ajatusta siitä, että todellisuus ja näin myös valta on sosiaalisesti rakentunutta.¹⁰ Blogiin ja muotilehteen liittyviä vallan ja vastustuksen ulottuvuuksia koskevaan pohdintaan on mahdollista vastata tyhjentävämmin vasta diskurssianalyysin jälkeen. Kysymys vallasta toimii myös perusteena vertailuasetelmalle tässä tutkimuksessa, sillä Foucaultin mukaan valta saa alkunsa suhteissa (Lynch 2014, 13), ja vertailuasetelman kautta kahden toimijan tekstien sisältämien diskurssien suhde realisoituu.

Diskurssianalyysissäni nostan keskeiseksi tavoitteeksi itsestäänselvyyksien rakentumisen prosessien löytämisen. Käytän diskurssianalyysin taustana Jokisen ym. (2006, 85–98) esittelemää järjestystä, jossa ensimmäisestä kohdasta, diskurssien tunnistamisesta, siirrytään diskurssien sisälle: siihen, mitä diskursseissa sanotaan ja tehdään huomioiden toimijoiden väliset suhteet sekä subjektipositiot diskurssissa (Jokinen ym. 2006, 84). Kolmas kohta käsittää analyysin siitä, miten edellä mainittuja yksityiskohtia diskurssissa esitetään, eli toisin sanoen esiin nostetaan retorisia keinoja.¹¹ Lopuksi diskurssit kytetään laajempaan kontekstiin eli muoti-instituutioon ja siellä mahdollisiin ideologisiin seurauksiin diskursseja vertailevan pohdinnan kautta. Tarkoitukseni on selvittää ensin diskurssien variaatiota ja moninaisuutta eli sitä, millaisia diskursseja muotilehdestä ja blogista on löydettävissä. Suhtaudun diskursseihin avoimesti, ja vasta kahdesta eri lähteestä tunnistamani diskurssien erojen ja yhtäläisyyksien kautta hahmotan mahdollisia vastakkaisia diskursseja ja muotimedian nykytilaa; sitä, puhuvatko muotiblogin ja muotilehden edustajat kiistasta huolimatta samaa kieltä. (Jokinen ym. 2006, 78–88).

Diskurssianalyysin perinteeseen kuuluu, että ihminen on aina kieltä käyttäessään osallisena ”joko uusintamassa tai muuttamassa sitä kulttuurin virtaa, jonka tarjoamalla

¹⁰ Kts. lisää sosiaalisesta konstruktivismista esim. Berger & Luckmann (1966) ja Burr (1995).

¹¹ Jokinen ym. ei nimeä tässä kohdassa suoraan retorisia keinoja, mutta ”miten”-kysymyksen analyysissä retoriset keinot ovat kuitenkin keskeisessä osassa. Luvussa manitaan esimerkiksi yksinkertaistaminen sekä yhteiseen hyvään ja asiantuntijuuteen vetoaminen.

välineillä ilmiöitä tehdään ymmärrettäväksi.” (Jokinen ym. 2006, 232). Diskurssianalyysi on Jokisen ym. (2006, 233) mukaan yksityiskohtaista analyysia siitä, ”miten sosiaalista todellisuutta tuotetaan erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä”. Viestintä ja symbolien tuottaminen¹² viestinnän kautta on ollut aina tärkeä osa muoti-instituution rakentumista ja ylläpitoa (esim. Rocamora 2009). Uskon, että muoti instituutiona olisi voinut kehittyä hyvin eri tavoin mikäli historiallinen ja kulttuurinen kehitys olisi mennyt toisin. Muodin todellisuus on osa kulttuurista ja historiallista todellisuutta, ja tämän todellisuuden ja siihen liittyvän tiedon tutkimuksen kautta pystytään paremmin selittämään, millainen muodin todellisuus on, ja miten sitä rakennetaan jatkuvassa neuvottelussa viestinnän välityksellä. Väittely siitä, mikä on oikeaa todellisuutta ja mikä ei, ei ole mielestäni muotimedian tarkastelussa sosiaalisen konstruktivismin kannalta relevanttia. Muodin todellisuus on totta niin kauan kuin sitä määrittävillä diskursseilla on hallitseva asema vaihtoehtoisiin diskursseihin nähden.

Sosiaalinen konstruktivismi myös rajaa melko hyvin viimeisen pohdinnan pois perustumalla lähtökohtaisesti ajatukseen siitä, että todellisuus on nimenomaan muuttuvista diskursseista rakentuvaa. Todellisen maailman ja diskurssin voidaan ajatella muodostavan hybridin, josta ei aina voi erottaa alkua, loppua tai järjestystä. Wilhelm Kempfin (2006, 3–4) näkemykset faktuaalisesta maailmasta ja subjektiivisesta todellisuudesta tarjoavat hyvän loppukaneetin tähän tarkasteluun. Subjektiivisella todellisuudella on eri metodologinen perusta kuin faktoihin perustuvalla todellisuudella. Tämän vuoksi subjektiiviseen todellisuuteen on vaikea päästä käsiksi pelkkien faktojen kautta, mukaan tarvitaan myös muunlaisten osatekijöiden huomioimista. Objektivisen ja subjektiivisen maailman todellisuus ei ole todellisuutta samassa mielessä, ja subjektiivinen todellisuus on aina yhtä aikaa tosi ja epätosi (ibid.). Siitä huolimatta, tai ehkä juuri sen takia, subjektiivisten todellisuuksien avulla voidaan mielestäni ymmärtää paremmin ihmistä ja näiden ympärille rakentuvia instituutioita.

¹² Symbolien tuottamisella viitataan Bourdieun (1993, 37) esittämään symbolien tuotannon käsitteeseen, jonka vastakohtana voidaan nähdä kulttuuristen objektien tuotannon toinen puoli, materiaallinen tuotanto. Muodin osalta tämä konkretisoituu selkeästi: vaatteet voidaan nähdä muodin materiaalisena tuotantona, kun taas Laun ja Singerin julkaisut kuuluvat muodin symbolisen tuotannon piiriin.

3. *Vogue*-analyysi – erottautuminen

Vogue-lehteen keskittynyt aineistoni koostuu kahdeksasta Sally Singerin kirjoittamasta verkkoartikkelista. Kaikki artikkelit ovat tuoreutta painottavan aikarajaukseni puitteissa vuodelta 2018, ja ne jaottuvat kuukausittain seuraavasti: maaliskuussa kaksi artikkelia, huhti-, touko- ja kesäkuussa kussakin yksi artikkeli ja heinäkuussa kolme artikkelia. Julkaisutahti on melko epäsäännöllinen, mikä osaltaan kertoo siitä, että Singerin tehtäviin kuuluu luultavasti muutakin kuin verkkoartikkelien kirjoittaminen. Ennen diskurssien purkua erittelen lyhyesti aineiston *Vogue*-sivuston käyttämän juttujen tyypittelyn ja niihin liittyvien aihetunnisteiden kautta.

Artikkeli	Julkaisuaikajankohta	Aihetunnisteet
”You’re So Vain...”	1.3.2018	<i>fashion, designers</i>
”Undercover” (Fall 2018 Ready-to-Wear)	2.3.2018	<i>runway</i>
”See Prince's Legendary Outfits From His Fashion Archives: The Greatest Rock 'n' Roll Closet of All Time”	21.4.2018	<i>fashion</i>
”Christian Dior” (Resort 2019)	5.5.2018	<i>runway</i>
”Hollywood’s Favorite Detox Resort Launches a Delicious Vegetarian Cookbook”	13.6.2018	<i>health & fitness</i>
”Christian Dior” (Fall 2018 Couture)	2.7.2018	<i>runway</i>
”Elie Saab” (Fall 2018 Couture)	4.7.2018	<i>runway</i>
”Valentino” (Fall 2018 Couture)	4.7.2018	<i>runway</i>

Taulukko 1

Ensimmäinen Singerin artikkeleista, ”You’re So Vain...” (1.3.2018) on tyypitelty muotijulkaisuksi *fashion*-pääaihetunnisteella ja *designers*-alatumunnisteella. Julkaisussa käsitellään New Yorkin muotiviikkoa, jossa esiteltiin syksyn 2018 tulevia mallistoja.

Artikkelissa sivutaan feminismiä, feminiinisyyttä sekä #metoo-kampanjaa¹³ kuitenkin ilman syvällistä pohdintaa. Toinen Singerin artikkeleista, ”Undercover” (2.3.2018), löytyy *runway*-aihetunnisteen alta. *Runway*-aihetunnisteen sisältävissä julkaisuissa käsitellään muotinäytöslavoilla esiteltäviä eri muotimerkkien uusia mallistoja, joita voi myös selailla sivustolta löytyvän ylälaidan hakutyökalun avulla. ”Undercover”-artikkelissa keskitytään muotisuunnittelija Jun Takahashin Undercover-vaatemerkin naisten malliston muotinäytökseen Pariisin muotiviikoilla. Kun Singerin ensimmäinen artikkeli ”You’re so vain...” käsittelee muotiviikkoa ja sieltä nousevia trendejä yleisemmin, ”Undercover” syväluotaa vain yhden suunnittelijan ja tämän luoman merkin mallistoon. Kolmas artikkeli, ”See Prince's Legendary Outfits From His Fashion Archives: The Greatest Rock 'n' Roll Closet of All Time” (21.4.2018) on julkaistu aihetunnisteen *fashion* alla. Julkaisussa käsitellään Princen käyttämien vaatteiden ja asusteiden arkistointia Paisley Parkissa, Princen asuin- ja tuotantokiinteistössä, joka Princen omien visioiden mukaisesti on tämän kuoleman jälkeen avattu yleisölle (Paisley Park 2018).

Neljäs artikkeli, ”Christian Dior” (25.5.2018), on ”Undercover”-artikkelin tavoin *runway*-aihetunnisteella merkitty. Julkaisussa nostetaan esiin Christian Dior -vaatemerkin uuden resort-malliston näytös Pariisissa.¹⁴ Viides julkaisu kantaa nimeä ”Hollywood’s Favorite Detox Resort Launches a Delicious Vegetarian Cookbook” (13.6.2018) ja aihetunnistetta *health & fitness*. Julkaisun aiheena on The Ashram -niminen hyvän olon keskus ja tämän omistaja, Catharina Hedberg, joka on julkaissut uuden ashramin toimintatapoihin perustuvan keittokirjan. Ashram viittaa sanana luostarin kaltaiseen meditaatiokeskukseen, jossa esimerkiksi joogaharrastajat kokoontuvat keskittyäkseen harjoitteluun ja saadakseen tukea (Yogapedia 2018). Julkaisussa esitellään itse paikan, sen omistajan ja uuden kirjan lisäksi myös nippu kirjan reseptejä kuvineen. Julkaisuajankohta sopii tässä vahvasti yhteen vuodenajan ja sesonkiajattelun kanssa. Kesä on monelle vartaloahdistuksen, ulkonäköpaineiden ja

¹³ Alun perin afrikkalais-amerikkalaisen naistenoikeusaktivistin Tarana Burken vuonna 2006 lanseeraama ilmaisu #metoo alkoi saada laajaa huomiota Twitterissä 24.10.2017, kun näyttelijä Alyssa Milano käytti sitä reaktionä Hollywood-tuottaja Harvey Weinsteinia kohtaan nostettuihin seksuaalisen ahdistelun syytöksiin. Ilmaisun kautta Milano rohkaisti julkisuuden henkilöitä paljastamaan seksuaalisen ahdistelun laajuuden, ja tämän jälkeen ilmaisusta on tullut symboli digitaaliselle feministiselle aktivismille. (Keller ym. 2018, 236.)

¹⁴ Resort-mallisto on ns. Lisä-/täytemallisto, joka on tullut osaksi muodin vuotuista kiertoa sen nopeutumisen myötä. Aikaisemmin esitelyjen kahden vuotuisen kokoelman sijaan muotitalot esittelevät vuosittain useita mallistoja, joihin resort-malliston lisäksi kuuluvat esimerkiksi cruise-mallisto, joulumallisto sekä ennakkomallistot ennen varsinaisia mallistoja, jotka kulkevat pre-etuliittellä, esim. pre-fall. (Rocamora 2012, 97.)

toisaalta lomailun aikaa. Singerin julkaisu yhdistää kehoihanteet ja niihin sopivan lomavaihtoehdon toisiinsa: vahvan ja hoikan kehon ihanne, ravintosuositukset ja yleisemmin fitness (m. wellness)¹⁵- ja mindfulness¹⁶-trendit ovat julkaisussa selkeästi näkyvillä.

Kolme viimeistä artikkelia kuuluvat ”Undercover”-artikkelin tavoin *runway*-aihetunnisteen alle, ja ne ovat kaikki kuvauksia uusista, muotinäytöksissä esitellyistä vaatemallistoista. Esittelyssä ovat Christian Diorin (3.7.2018), Elie Saabin (4.7.2018) sekä Valentinon (4.7.2018) Pariisissa esitellyt syksyn 2018 haute couture¹⁷-kokoelmat. Singerin artikkelit voidaan yhteenvetona ryhmitellä viiteen mallistoesittelyjä käsittelevään julkaisuun (*runway*), jotka jakautuvat edelleen valmisvaatekokoelmiin (ready-to-wear¹⁸, 2 julkaisua) sekä korkean muodin taidekokoelmiin (haute couture, 3 julkaisua). Muut kategoriat Singerin julkaisuissa ovat muoti-aihetunnisteen alaiset julkaisut, jotka voidaan edelleen jakaa muotiviikon parhaat tyylit ja julkaisuuden henkilöt yhdistävään julkaisuun sekä Princen vaatekaappiin paneutuvaan julkaisuun. Yksi julkaisuista on kauneus-aihetunnisteen terveys & kauneus -alakategoriaan kuuluva julkaisu, kategoriansa mukaisesti terveys- ja ravintotrendeistä.

Singerin julkaisujen tekstiosuudet ovat usein lyhyehköjä. Julkaisut sisältävät paljon kuvia, ja tekstiosuudet ovat suhteellisen kevyttä luettavaa. Singer lähestyy näin Kawamuran (2011, 128–130) muotijournalisti-muotilehden toimittaja -jaottelussa muotijournalistia. Yhtenä keskeisenä erottavan tekijänä näiden kahden aseman välillä voidaan pitää juuri kritiikin määrää. Muotijournalistit voidaan nähdä enemmän reporttereina, kun taas muotilehden toimittajat ovat enemmänkin kriitikoita (Kawamura 2011, 128). Asetelma on päinvastainen kuin mitä aluksi odotin. Kun kysessä on *Voguen*

¹⁵ Sana *fitness* tarkoittaa fyysistä vahvuuden ja terveyden tilaa sekä amerikanenglannissa myös ’sopivuutta’ (*Cambridge English Dictionary*, 2019a). Fitness-trendistä puhuttaessa tarkoitetaan hyvän fyysisen kunnon ja terveydentilan ihannointia, joka yhdistyy myös kokonaisvaltaista hyvinvointia painottavaan *wellness*-trendiin (Kröger 2016).

¹⁶ *Mindfulness* liittyy yllä mainittuun *wellness*-ajatustapaan. Kun fitness korostaa kehon vahvuutta ja terveyttä, keskittyy *mindfulness* henkiseen terveyteen. *Mindfulness* tarkoittaa tapoja, jotka liittyvät oman kehon, mielen ja tunteiden tiedostamiseen tässä ja nyt. *Mindfulness*-harjoitusten kautta pyritään luomaan rauhallisuuden tunnetta. (*Cambridge English Dictionary*, 2019b.)

¹⁷ *Haute couture* -käsitteellä viitataan nk. korkeaan muotiin, räätälöityihin, tiettyjen legitimoitujen muotitalojen huippusuunnittelijoiden suunnittelemiin vaatteisiin, joita ei valmisteta tavallisille kuluttajille. Kts. lisää Kawamura (2011, 77) ja Steele (1998, 281).

¹⁸ Käsitteillä *Ready-to-wear* (eng.) tai *Prêt-à-Porter* (fr.) viitataan valmisvaatteisiin, ts. vaatteisiin, joita valmistetaan valmiiksi mitoitettuina mallistoina, jotka ovat edullisempia suhteessa haute coutureen ja joita tuotetaan merkittävästi useampia kappaleita. Valmisvaatteiden on usein nähty kopioivan haute couturea.

nimekäs toimittaja, voisi tältä odottaa myös muodin kriittistä analyysiä. Singerin teksteissä äänensävy ja lukijan puhuttelu ovat melko yleisellä, etäännyttävällä tasolla, eikä teksteissä juurikaan puhuta henkilökohtaisista tunteista. Henkilökohtaisuus on teksteissä jossain määrin esillä kun ajatellaan esimerkiksi raportteja muotinäytöksistä. Muotinäytöksen tapahtumat kulkevat ikään kuin Singerin läpi ja muodostuvat tekstiksi tämän kautta, mutta henkilökohtaisuutta ei varsinaisesti korosteta. Singer esittää asiat usein ylhäältä päin, auktoriteettina, neuvovana ja ilmiöitä esittelevänä tahona.

3.1 Vakavuus- ja keveysdiskurssi

Ensimmäinen Singerin teksteistä tunnistamani diskurssi, joka toistuu useissa Singerin teksteissä, sisältää oikeastaan kaksi diskurssia, jotka esiintyvät kuitenkin jatkuvasti toistensa parina kumoten näin tavallaan toinen toisensa. Singerin teksteissä painotetaan toistuvasti (korkean) muodin kykyä käsitellä ja ottaa kantaa vakaviin asioihin, kuitenkaan paneutumatta näihin asioihin syvällisesti tai huolestumatta niistä liikaa. Vakavuus- ja keveysdiskurssit ovat monisäikeisiä ja ne tuovat esiin Singerin omaa asemaa suhteessa muoti-instituutioon, Singerin tekstejä suhteessa ympäröivään instituutioon sekä muoti-instituutiota suhteessa ympäröivään maailmaan.

Singerin oma asema suhteessa muoti-instituutioon on toisaalta vakavaa, toisaalta kevyttä. Singer on prestiisiasemansa vuoksi vakavasti otettava toimija instituutiossa, mutta kuten usein muoti-instituution sisällä, myös Singerin vakavuutta ja todellista kriittisyyttä rajoittavat esimerkiksi mainostajien vaatimukset ja yhteistyösopimukset. Singerin tekstit suhteessa ympäröivään muoti-instituutioon toistavat edellistä kaavaa, mutta niissä on lisäksi mukana *Voguen* asema instituution jäsenenä. Singer ei edusta pelkästään itseään, vaan *Voguea*, jolloin hänen tekstiensä on oltava linjassa paitsi mainostajien, myös lehden oman linjan kanssa. Muoti-instituution suhde ympäröivään maailmaan tulee esille useissa Singerin teksteissä, kun viitataan koko maailmaa koskettaviin vakaviin aiheisiin, esimerkiksi seksuaaliseen tasa-arvoon, ilmastonmuutokseen, politiikkaan sekä muutospyrkimykseen tai pikemminkin vaatimukseen muuttaa elämisen tapaa maapallolla.

Ensimmäisen esimerkin nostan Singerin ”You’re So Vain...” -julkaisusta, jossa teemoina ovat feminiinisyys, feminismi, seksuaalinen vallankumous sekä #metoo-kampanjan merkeissä feministiset taistelijat, jotka ovat auttaneet rakentamaan tasa-arvoa ”työpaikoilta makuuhuoneisiin”. Taustana julkaisulle toimii Carly Simonsin

kappale ”You’re So Vain...”, jonka New Yorkin muotiviikoilla valmistunutta uutta musiikkivideota käytetään julkaisun yhteen sitovana aineksena:

”Viimeisten kuuden kuukauden aikaiset paljastukset, joiden pohjalta Time’s Up¹⁹- ja #MeToo-liike ovat nousseet, ovat saaneet meidät miettimään paljon seksuaalisen vallankumouksen alkuketkiä ja ensimmäisten tasa-arvotaisteluiden sankarittaria työpaikoilla ja makuuhuoneissa. Tänä talvena olemme löytäneet itsemme kuuntelemasta keskittyneesti tunteellisesti rehellisiä 60- ja 70-lukujen naislaulajia ja erityisesti Carly Simonsia: hänen suloisia melodioitaan ja vankkumatonta, mutta kuitenkin runollista rehellisyyttään ei voi kuin ihastella. Kun katsoimme syksyn 2018 mallistojen muotinäytöksiä New Yorkissa, silmiinpistävää olivat vaatteet, jotka huokuivat samoja ominaisuuksia, joita niin ihailimme Simonsissa: voimakkuutta, anteeksiantamatonta feminiinisyyttä ja feminismiä päästä varpaisiin.” (Käänt. EV.)

Videolla parhaita muotiviikon tyylejä Simonsin kappaleen tahdissa esittelevät nimekkäät julkisuuden henkilöt, joiden joukossa nähdään muun muassa Cardi B, Paris Jackson ja Ashley Graham. Julkaisussa esillä on sukupuolten tasa-arvo, johon ei kuitenkaan paneuduta epigrammeja syvällisemmin. Epigrammit eli tietynlaiset mainoslauseet²⁰, jotka kuuluvat muodin retoriikkaan, ovat suuressa osassa julkaisun sisältöä ja ne on poimittu suoraan Simonsin kappaleen lyriikoista. Käsittelemällä sukupuolten tasa-arvoa epigrammien kautta Singer pyyhkii pois turhan vakavuuden aihepiiristä. Laulun sanat on yhdistetty lyhyisiin leikattuihin pätkiin uudelta musiikkivideolta, ja alkuperäinen kappale yhdistetään näiden kautta osaksi New Yorkin muotiviikolla esiteltyjä vaatteita ja merkkejä.

”Minulla oli unelmia’... ja niissä kaikissa näytin yhtä röyhkeän tyylikkäältä kuin Sara Grace, Dilone Olivia ja Yuka Adam yllään Selmanin uuden aallon vartalonmyötäiset vaatteet, teräväkärkiset matalat bootsit ja uskottavuutta huokuvat kellot.”

Lainauksessa laulun teksti ”minulla oli unelmia” yhdistetään näytöksessä esiintyneisiin malleihin ja heidän kaltaiseltaan näyttämiseen. Julkaisun alun viittaukset sukupuolten tasa-arvoon ja feminismiin typistetään näin naisen unelmaksi supermallin vartalosta, ulkomuodosta ja vaatteista. Nykyajan tasa-arvotaistelijat näyttäytyvät tässä yhteydessä tyrmävinä ja perinteisen feminiinisinä, hoikkina ja kauniina. Silmiinpistävää on, miten ulkonäkö menee myös tasa-arvotaistelussa edelle, kun on kyse naisista. Julkaisussa ei

¹⁹ Times Up on järjestö, joka pyrkii edistämään turvallisuutta, reiluutta ja arvostusta naisia kohtaan työelämässä. Järjestö perustettiin vuonna 2017 useiden seksuaalisten hyväksikäyttötapausten tultua ilmi. Järjestö syntyi ”tarpeesta kääntää kipu toiminnaksi”. Kts. lisää *Time’s Up* (2019).

²⁰ Kts. lisää epigrammeista ja muodin kielestä Svelte (2017).

niinkään viitata julkisuuden henkilöiden mielipiteisiin esimerkiksi tasa-arvokeskusteluun liittyen, vaan painotetaan vahvuutta ja tyrmäävyyttä nimenomaan feminiinisen, hoikan ja huolitellun ulkoasun kautta.

Tyylikkään iltapuvun tekijät esitetään seuraavassa esimerkissä muutoksen keskeisinä toimijoina:

”Kaikki tytöt unelmoivat’... siitä, että he voisivat olla yhtä maailmaa mullistavia kuin Cardi B, tai että he olisivat tehneet jotakin yhtä upeaa kuin Arian suunnittelijat Piotrek Panszczykin ja Becket Foggin, jotka ovat uskomattoman coolin iltapuvun vaikutusvaltaisia suunnittelijoita.”

Lainauksesta voidaan löytää viittauksia muodin ja tasa-arvon historiallisiin yhteyksiin ja esimerkiksi Coco Chanelin tekemään muutokseen naisten muodissa, jonka katsotaan usein olevan tärkeä naisten tasa-arvon ja uuden modernin naisen syntymisen kannalta (Steele 1998, 255-256). Vaikka muoti on aina vuorovaikutuksessa ympäröivän maailman kanssa, kyseenalaistaa Singer paradoksaalisesti tässä muodin vaikutuksen tasa-arvoon. Julkaisu esittää perinteisen feminiinisuuden hyvänä ja tavoiteltavana, unelmoitavana asiana sivuuttaen samalla muut mahdollisuuden ilmentää sukupuolta. Vakavuus- ja keveysdiskurssia käytetään hyväksi kauden trendien esittelyssä, ja se voidaan purkaa seuraavasti: Singer on nähnyt feminiinisuuden New Yorkin muotiviikkojen suurena trendinä. Tämä kytketään julkaisussa menestyneisiin julkisuuden naisiin, jotka ovat olleet muotiviikolla läsnä, ja tätä kautta myös alkuvuodesta 2018 muoti-instituutiossakin pinnalla olleeseen sukupuolten tasa-arvoon ja #metoo -kampanjaan.

Ajatus siitä, että muoti ja ympäröivä maailma ovat suhteessa toisiinsa, on selkeästi esillä Singerin julkaisussa. Feminiinisuuden nostaminen yhdeksi kevään 2018 trendeistä on suunnittelijoiden kohdalla hyvin voinut saada alkunsa sukupuolten tasa-arvosta ja siihen liittyvistä julkisuuden henkilöiden ulostuloista. Merkillepantavaa on kuitenkin se, miten tässä muoti-instituution ulkopuolisen maailman tapahtumat otetaan osaksi muotimaailman trendejä, ja aihepiirin siirtäminen alustalta toiselle otetaan itsestään selvyytensä. Julkaisussa ei paneuduta siihen, millä tavalla feminiinisuuden representaatiot ja identiteetit ovat esillä, tai millä tavalla konkreettisesti muoti ja julkisuuden henkilöt ottavat näihin asioihin kantaa. Sukupuolten tasa-arvo kepeänä trendinä on vakavuus- ja keveysdiskurssien leikkauspiste, ja julkaisu tulee samalla alleviivanneeksi yhdenlaista, oikeaa traditionaalista feminiinisyyttä ja tasa-arvotaistelijoiden tyrmäävää ulkomuotoa, joka sopii tähän muottiin. Julkaisu asettuu näin ulkonäön, sukupuolen, vaikuttamisen sekä uskottavuuden risteyskohtiin, ja tulee näin painottaneeksi naisen tietynlaisen

ulkonäön suhdetta tämän vaikuttamismahdollisuuksiin. Naisten ulkonäön painottaminen ja siihen huomion kiinnittäminen itsessään on yksi tasa-arvokeskustelun keskeisistä aihepiireistä esimerkiksi naispolitiikkoihin liittyen (esim. Railo 2011, 191–192).

Toinen esimerkki vakavuus- ja keveysdiskurssien yhdistymisestä löytyy Singerin Undercover-vaatemerkin nimellä otsikoidusta julkaisusta. Julkaisu on paljolti malliston esittelyä, mutta myös tässä muoti yhdistetään ympäröivään maailmaan ja samalla kumotaan vakavuus paneutumatta sen enempää vakavuuden taustoihin:

”Tässä mallistossa on mukana hieman vähemmän pimeyttä, sillä iloisuus tässä kohdassa historiaamme on jo itsessään jotakin villiä ja käsittämätöntä.”

Lainauksessa on sekä viittaus Undercover-merkin aikaisempiin kokoelmiin, että maailman nykyiseen, ”pimeään” tilaan. Myös tässä esimerkissä muodin ja sen ulkopuolisen maailman suhteet ovat selkeästi esillä. Maailman tilanne vaikuttaa muotiin, ja muoti (tässä lähinnä suunnittelijoidensa kautta) ottaa kantaa maailman tilaan. Undercoverin tilanteessa suunnittelijan uusin mallisto on vähemmän synkkä kuin tämän aiemmat mallistot, ja iloisuutta mallistossa voidaan pitää silmiinpistäväenä aikakausi huomioon ottaen. Tässä voidaan ajatella muodin tuovan esiin maailman tilaa käänteisesti: mikäli iloisia vaatteita katsoessa tulee olo, etteivät vaatteet sovi aikakauteen, toimii se osaltaan päänkääntäjänä ja kiinnittää huomiota maailman tilaan ja epäkohtiin. Merkillepantavaa vakavuus- ja keveysdiskurssin näkökulmasta on kuitenkin se, miten myös tässä kohdassa vakava aihe vedetään mukaan ilman selittelyjä ja synkkyyttä, kuten myös iloisuutta, käsitellään ikään kuin trendeinä. Vallitseva trendi tässä kohtaa ihmiskunnan historiaa on synkkyys, ja kun tässä ajassa esitetään iloisuuden trendi, nousee se silmiinpistäväksi.

Onko muoti itsessään kantaaottavaa vain käyttämällä ulkonäköön liittyviä viittauksia vakavampiin aiheisiin? Pukeutuminen on kiinteästi yhteydessä kantaaottavuuteen, tiettyjen asioiden vastustamiseen ja tukemiseen (Wilson 2003, 179–207), ja pukeutumisella voimme tiettyihin ryhmiin kuulumisen ja tietyistä ryhmistä erottautumisen (esim. Vänskä 2012, 64) kautta ottaa kantaa asioihin. Pukeutuminen itsessään on kuitenkin heikon koodin alaista (Eco 1976, 214), eikä tietyllä tavalla pukeutuneesta ihmisestä voi sadan prosentin varmuudella kertoa, mitä tämä tosiasia edustaa. Tähän yksi syy on juuri muodin synty teollistumisen, yksityisen ja julkisen tilan muutosten ja kaupungistumisen kautta. Kun ei enää pukeuduttu pelkästään säädyn, aseman, varallisuuden, sukupuolen tai iän mukaan (vaikkakin näitä ulottuvuuksia ja erilaisia kategorioita

voidaan edelleen löytää myös nykymuodista ja pukeutumisesta), piti inspiraatio pukeutumiseen ammentaa jostakin muualta. Tähän avuksi syntyi muotimedia, jonka kautta ihmisiä neuvottiin oikeassa pukeutumisessa ja oikeiden trendien löytämisessä. Nämä uudet koodin toimivat kuitenkin eri tavoin kuin vanhat. Säädyn mukainen pukeutuminen oli aina yksi yhteen yksilön todellisen säädyn kanssa. Nykyään tietynlaisen pukeutumisen taustat ja viittauskehykset ammentavat usein monista eri inspiraatiolähteistä (Hollander 1994, 125). Se, mitä inspiraation lähteenä käytetään, ammentaa toki usein lähteensä ympäröivästä maailmasta. Tämä pohdinta osoittaa, miten muodissa vakavuus- ja keveysdiskurssit ovat tavallaan aina läsnä, ja miten muoti itsessään on helposti vakavuus- ja keveysdiskurssin leikkauspisteessä.

Vakavuus- ja keveysdiskurssi on esillä Singerin tekstissä myös Meksikon vallankumouksesta ammentavan Diorin malliston kautta:

”Escaramuza-ratsastajat olivat täydellinen löytö Diorin muotitalolle näiden suosiman Adelita-tyylin vuoksi – tyköistuvat peplum-takit villisti rönsyilevien hameiden yläosina, punaiset huulet sekä hienovaraiset, mutta kuitenkin sädehtivät korut – jota voidaan pitää Meksikon vallankumoussodan vuosien 1910–20 ”new lookina”.²¹ Lisäksi Escaramuza-ratsastajat pukeutuivat pelkästään puuvillaan ja pellavaan; yksinkertaisiin, kestäviin kankaisiin, jotka koristeltiin upeilla kirjailuilla ja hopeayksityiskohdilla. Lopputulos on maanläheinen, mutta kuitenkin fantastinen.”

Lainauksesta näkyy, miten inspiraatio mallistoon on otettu nimenomaan ratsastajien ulkonäöstä, joka on yhdistetty yleiseen aatteeseen vallankumouksellisuudesta ja kapinasta. Tämän tyylin kautta näyttelijät, valitessaan Diorin Escaramuza-malliston asun punaiselle matolle, tuovat esille myös yleistä vallankumouksellisuutta ja kapinaa:

”Hän [Diorin Escaramuza-malliston vaatteiden käyttäjä] ei arkaile kantaa yllään sinistä kirahvia tai keinuvaa apinaa. Näiden hienojen eläinten outo viehätysvoima ei tule katoamaan niiden näyttelijöiden päällä, jotka ovat valmiita tuomaan huumorin kipinöitä ja vallankumouksellista innostusta punaisille matoille.”

Vallankumouksellisuuden ja kapinan yhdistäminen vahvasti mallistoon herättää kysymyksen, mitä oikeasti ollaan kumoamassa tai mitä vastaan kapinoidaan, kun näyttelijä astuu punaiselle matolle Diorin luomuksessa. Tämä kokonaisuus valottaa

²¹ *New Look* -käsitteellä viitataan Christian Diorin suunnittelemaan Corolle line -nimiseen kokoelmaan, joka sai lempinimen New Look heti ilmestymisensä jälkeen. New Look on merkittävä vaihe Diorin muotitalon historiassa, sillä se hallitsi merkittävästi länsimaalaisten naisten pukeutumista vuosina 1947–1945 ja sen avulla Pariisi nousi uudelleen muoti-instituution keskipisteeksi. Kts. lisää Laver (1995, 256).

hyvin vakavuus- ja keveysdiskurssien yhdistymistä. Julkaisuissa vakava, muoti-instituution ulkopuolinen asia kytetään keveyteen, mallistoon, joka Escaramuzaratsastajiin viittaavan tyylin kautta laitetaan edustamaan vallankumouksellisuutta yleisesti, kuitenkin paneutumatta tarkemmin ratsastajien vallankumouksellisuuden syihin tai toisaalta syihin olla vallankumouksellinen punaisella matolla.

Vakavuusdiskurssin kautta tuetaan ajatusta siitä, miten muoti on yhteydessä ulkomaailmaan ja miten muodin kautta voidaan vaikuttaa, mutta vaikuttaminen tyipistyy helposti keveydeksi: miten näyttää mahdollisimman trendikkäältä. Kun yllä olevassa lainauksessa sukupuolten tasa-arvo ja #metoo-kampanja tyipistetään trendiksi, seuraavassa sama tapahtuu Meksikon vallankumoukselle ja Escaramuza-ratsastajille. Myös feminismi yhdistetään tässä vallankumouksellisuuden aatteeseen, mikä yhdistää seuraavaa ja edellä käsiteltyä lainausta:

”Siitä lähtien, kun Maria Grazia Chiuri [malliston ja Diorin uudehko pääsuunnittelija] on ottanut ohjat käsiinsä Christian Diorilla, hän on etsinyt tapoja muuttaa Diorin mainetta historiallisesta miesten kipparoimasta muotitalosta feminististen arvojen ja symbolien puolestapuhujaksi.”

Vakavuus- ja keveysdiskurssien yhdistymisen tunnistaminen tuo esiin Singerille ominaisen muodista kirjoittamisen kaavan: vakavan, instituution ulkopuolisen maailman yhdistäminen kauden trendeihin.

Myös Singerin Christian Diorin haute couture -mallistoa käsittelevässä julkaisussa vakavuus ja keveys ovat esillä. Ensimmäisessä tämän julkaisun lainauksessa Diorin haute couture nostetaan vakavasti otettavaksi asiaksi selkeästi ”vakava”-sanon käytön kautta:

”Nämä ovat vakavia vaatteita, näyttää Chiuri sanovan, nämä ovat hienoimpien käsien valmistamia ja tarkoitettu niiden naisten arvostettavaksi, jotka ovat aikamme hölynpölyn ja helpon glamourin tuolla puolen.”

Myös tässä lainauksessa tehdään vahva erottelu haute couturen ja ”hölynpölyn” sekä ”helpon glamourin” välille, joiden voidaan nähdä viittaavaan valmisvaatteisiin niiden helpon saatavuuden vuoksi. Itse vaatteiden vakavasti otettavuuden lisäksi esimerkissä on esillä vaatteita arvostavat naiset, jotka haute couturen tavoin nostetaan hölynpölyn ja helpon glamourin yläpuolelle. Haute couture erotetaan muista vaatteista, ja naiset, jotka osaavat arvostaa sitä, Singer ja ehkä myös osa lukijoista, eriytetään muista muodin kuluttajista omaksi, vakavammin otettavaksi ryhmäkseen. Lainauksessa vakavuutta ei

kumota keveydellä, vaan vakavuus nostetaan haute couturen ja sitä arvostavien ihmisten ominaisuudeksi.

”Tämä oli myös kuninkaallisten häiden vuosi, puhumattakaan kuninkaallisista kihlajaisista, ristiäisistä, maailmankiertueista ja henkeäsalpaavan tarkasta herttuatartylin seuraamisesta eri puolilla maailmaa. (Tämä on kruunupäiden hetki, ainakin muotimaailmassa.) Chiurin mallisto on suunnattu heille, jotka pitävät meteliä maailmassa pukeutumalla vaatteisiin, jotka kuiskailevat elegantisti. Ja kun nämä vaatteet puhuvat, ne tekevät niin vain kantajalleen.”

Tässä lainauksessa vakavuus- ja keveysdiskurssit kytkeytyvät äänen pitämiseen, toisin sanoen vaikuttamiseen maailmassa ja jo edellä mainittuun vaatteiden ja pukeutumisen kautta vaikuttamiseen tai kantaa ottamiseen. Epäselväksi jää, miten elegantin tyylikkään pukeutumisen myötä voidaan ottaa kantaa. Kuninkaallisten mainitseminen tässä yhteydessä tuo mukaan vahvan yläluokkaisen kuvan ja luokan käsitteen yleisesti. Vakavuus- ja keveysdiskurssit näyttävät äänen pitämisen ja vaikuttamisen yhdistämisenä siihen, miten vaikuttamiseen liittyy väistämättä ulkonäkö. Tämä eroaa edellisistä esimerkeistä siinä, että inspiraation lähteenä oleva asia itsessään ei ole vakava, vaan edustaa tässä ennemminkin keveysdiskurssia. Kuninkaalliset ja näihin liittyvät asiat mielletään yleisesti kevyeen aihepiiriin liittyväksi, vaikkakin kuninkaallisiin kytkeytyy myös vakavammaksi miellettyjä aihepiirejä kuten sukupuoli, epätasa-arvo ja nationalismi (Billig 1991, xiii). Vakavuusdiskurssi löytyy kuitenkin äänessä olemisen ja vaikuttamisen mainitsemisen kautta, kun pukeutuminen ja vaikuttaminen liitetään kiinteästi yhteenkuuluviksi elementeiksi.

3.2 Kehodiskurssi: oikeanlainen muodin keho

Edellisessä luvussa esimerkkinä toimineessa Singerin ”You’re so vain...” -julkaisussa on vakavuus- ja keveysdiskurssien lisäksi esillä oikeanlaisen kehon diskurssi.²² Edellisissä esimerkeissä mainittu feminiinisyys ja feministisyys, sukupuolten tasa-arvon (Singerin tapauksessa enemmänkin naisten oikeuksien) puolustaminen, kehollistuvat nuoriin, perinteisiä muodin suosimia siluetteja omaaviin hoikkiin kehoihin. Singer ottaa tekstissään kantaa videolla esiintyvien ikään suhteessa Simonsin kappaleeseen, jonka tahtiin tehdyllä uudella videolla nämä esiintyvät:

”Oliko sillä merkitystä, että kukaan näistä naisista ei ollut elossa kun Simon ensimmäisen kerran päästi tämän palopuheen valloilleen ja täytti tyhjän tilan melkein 50 vuotta sitten? Ei lainkaan. Totuus ja kauneus eivät tunne ikää...”

²² Kts. lisää *Vogue*ssa esitetyistä kehoista esim. Cheang (2013).

Diskurssi, joka tässä tapauksessa nousee tekstin ja videon yhdistelmästä, puhuu kuitenkin tätä toteamusta vastaan. Jos kauneus ja totuus eivät tunne ikää, miksei videolla näy enemmän eri ikäisiä esiintyjä? Vastaus löytynee muodin sisäänrakennetuista, kirjoittamattomista säännöistä, joissa nuoruus (kuten myös valkoisuus ja hoikkuus tai jopa sairaalloinen laihuus) nähdään automaattisesti kauniimpana, myyvämpänä ja tärkeänä osana oikeanlaista, muodikasta ulkomuotoa (kts. Mears 2010). Videolla esiintyvä ikärasismi on silmiinpistävästä yhdistettynä tekstiin, jossa nimenomaan painotetaan iän merkityksettömyyttä suhteessa naisten oikeuksien puolesta puhumiseen ja kauneuteen.

Oikeanlaisen kehon diskurssi nousee selkeästi esille: totuus ja kauneus eivät ehkä kaikkialla tunne ikää, mutta musiikkivideon todellisuudessa toivottu ikä näyttäisi olevan pääesiintyjien perusteella enintään noin 30 vuotta.²³ Lisäksi ulkonäön suhde siihen, kenen sana kuuluu ja kenen ei, ja minkälaiset naiset pääsevät vaikuttamaan, näkyy tässä selvästi. Vaikuttajina käsiteltävät naiset sopivat muoti-instituutiosta vallitsevaan ulkonäkömuottiin. Tätä voidaan helposti pitää itsestään selvytenä, onhan kyse muoti-instituution tuottamasta tekstistä. Kuitenkin Kawamura (2011, 128–129) esittää, miten muotilehden toimittajan asemaan kuuluu mahdollisuus kritiikkiin pelkän raportoinnin asemasta. Mielenkiintoista onkin, miten olematonta kritiikki Singerin julkaisuissa on. Kritiikkittömyyden kautta Singer lähestyy tässäkin muotijournalistin roolia, jonka tehtävänä on ensisijaisesti toimia reporterina, ei kriitikkona.

Myös Singerin ”Undercover”-julkaisussa oikeanlaisen kehon diskurssi on näkyvillä nimenomaan iän kautta. Julkaisussa nuoruutta ihannoidaan tuomalla esiin malliston suunnittelijan, Takahashin, inspiraation lähteitä malliston taustalla. Pinnalla on nuoruuden romantisointi sekä oletettu nostalgian tunteminen nuoruutta kohtaan. Nuoruus on jotain mihin haikaillaan takaisin mikäli sen on jo menettänyt, nuoruus ja nuoruuden representaatiot edustavat jotakin energistä ja raikasta, vaikkakin ne olisi haettu kaukaa vuosien takaa. Paluu nuoruuteen on jotakin, mitä kuuluu automaattisesti haluta ja nuoruus jotain, mitä kaivataan. Tämä ajatus yhdistettynä kaupallisen malliston luomiseen voidaan nähdä myös tietyn nuoruutta nostalgisoivan kohderyhmän kosiskeluna, mutta muoti-instituution ja nuoruuden suhteen (Mears 2010, 32) huomioon ottaen se, että muodin pakkomielleisyys nuoruuteen tuodaan esille, luo myös kuvaa nuoruudesta muodikkaampana, trendikkäämpänä ajanjaksona.

²³ Cardi B synt. 1992, Jackson synt. 1998 Graham synt. 1987.

”Nämä vapauttavan suoralinjaiset vaatekappaleet säilyttävät nostalgisen viehätysvoimansa samalla, kun Takahashi on kuvitellut ne uudelleen ja luonut niistä supertyylikkaita. Nämä on pakko saada, mikäli olet (1) kauan sitten ohittanut kouluajat ja (2) anteeksiantamattoman pakkomielteinen muotia kohtaan.”

Lainauksessa oletettu kohderyhmä tuodaan selkeästi esiin. Mallisto sisältää modernisoituja nuoruuden tyylejä niille, jotka ovat jo aikoja sitten ohittaneet kouluajan ja näin myös nuoruuden. Nuoruuteen palaamisen halu nostetaan itsestään selvästi esille, haluksi, joka meillä kaikilla luontaisesti on sisällämme.

”Yksi huomautus. Ehkä katsot näitä muotinäytöskuvia ja ajattelet katumuotia; trendiä joka ei kuole. Mutta se ei ole sitä, mitä Takahashi on tekemässä, vaikka hänen työnsä tuloksia voidaan sellaisina pitääkin. Hän on kieroutunut romantikko, joka suurimassa osassa tapauksista ottaa inspiraationsa nuoruuden pakkomielteistä ja ajanvietteistä: saduista, nukeista, täytetyistä eläimistä, kummitustarinoista, sirkuksista ja vanhan koulukunnan rock 'n' roll -musiikista (säilyttäen lapsen näkökulman).”

Tässä lainauksessa avataan suunnittelijan inspiraation lähteitä ja malliston taustoja ja todetaan, miten Takahashi ottaa useasti inspiraationsa mallistoihin lasten (ja nuorten) näkökulmista. Suunnittelija rinnastetaan näin malliston kohderyhmään ja samalla nuoruuden ihannointiin muoti-instituutiossa ylipäätään. Takahashi on nuoruuden viehätyksestä inspiroituva suunnittelija, ja nuoruuden representaatioita hyödyntämällä hän asettuu luontevasti osaksi muodin kiertoa ja syklisyyttä. Uusien mallistojen syntyminen vanhojen vuosikymmenten tyylien pohjalta on pikemminkin sääntö kuin poikkeus, ja näissä pohjalla on usein myös nuorison käyttämä muoti yhdistettynä populaarikulttuuriin (tässä esimerkiksi maininta rock 'n' roll -musiikista).

Toinen merkillepantava asia on erottautumiskurssin läsnäolo. Singerin ”yksi huomautus” on puhe korkean muodin puolesta, ja sillä tähdätään muusta muodista, Singerin sanoin trendeistä, erottautumiseen. Singer painottaa lainauksessa, miten kyse ei ole katumuodista, vaikka mallisto siltä saattaakin näyttää. Muotitoimittajan asemassa Singerin on tärkeää avata mallistojen taustoja ja analysoida niitä, mutta lainaus paljastaa Singerin haluttomuuden vetää minkäänlaista yhtäläisyysmerkkiä katumuodin ja oikean muodin välille. Katumuoti on trendi, joka ei koskaan kuole, mutta muodin kanssa sillä ei ole tekemistä, vaan malliston taustalta löytyy muita tarkoituseriä ja lähtökohtia. Vaikka suunnittelijan inspiraationlähteet ja tarkoituserät eivät liittyisikään katumuotiin, Singerin alleviivaus nostaa selkeästi esille erottautumisen tarpeen.

Julkaisussa ”Hollywood’s Favorite Detox Resort Launches a Delicious Vegetarian Cookbook” oikeanlaisen kehon diskurssi on esillä fitness-trendin ja ruokavalion yhdistelmän, tietynlaisen elämäntavan kautta, jota Ashram edustaa:

”Mutta pienelle osalle – niille harvoille parhaimmistoon kuuluville – Calabasas on vuosikymmeniä ollut tunnettu Ashramista, aina täyteen varatusta intensiiviretkelyleirin ja hyvinvointiretriitin yhdistelmästä, joka on erityisen kiinteiden ja (usein) erityisen kuuluisien henkilöiden suosiossa.”

Tässä esimerkissä Singer liittää kaksi asiaa toisiinsa: julkisuus ja suosio yhdistyvät hyväkuntoisuuteen, jänteveyteen, hoikkeuteen ja lihaksikkeuteen. Esittelemällä Ashram-kokemusta ja sen pohjalta julkaistua uutta keittokirjaa, Singer tuo konseptin lähemmäs tavallista lukijaa. Kirjan reseptien kautta voi olla lähempänä, jos ei kuuluisuutta, niin ainakin hyvää oloa, jonka saa juuri oikean, julkkisten suosiman ravinnon ja treenin kautta.

”Halusin ihmisten saavan palan Ashramia kotiinsa,” Hedberg selittää. ”Siinä on kyse Ashramin energiasta – ilosta ja naurusta ja suuresta määrästä rakkautta. Haluan, että ihmisillä on hauskaa sen kanssa.”

Kirjan tarkoituksena on siis levittää Ashramin ilosanomaa myös monille saavuttamattomissa olevan Ashram-kokemuksen ulkopuolella. Oikeanlaisen elämäntavan noudattamista (joka johtaa oikeanlaiseen elämään ja ennen kaikkea oikeanlaiseen kehoon) kuvataan Ashramin energian alaiseksi, hauskaksi, iloiseksi ja täynnä rakkautta olevaksi. Tärkeänä osana oikeanlaisen kehon ja oikeanlaisen hyvän olon rakennusta julkaisussa mainitaan esimerkiksi ”piristysaineista vapaa vegetaarinen ruokavalio”.

Toivotunlaisen kehon (ja mielen) diskurssi näyttäytyy tässä fitness- ja hyvinvointitrendien sekä mindfulness-trendin kautta:

”’Alussa’, hän kertoo ohjelmasta, ’kaikki kaikessa oli se, miten paljon painoa voi pudottaa. Ihmiset eivät olleet erityisen vahvoja emmekä voineet järjestää heille rankkoja harjoituksia. Tämä mielentila alkoi kuitenkin muuttua erityisesti vuoden 2011 jälkeen. Nyt ihmiset haluavat löytää hyvän olon, pysäyttää kellon ja löytää tasapainon. Mutta kaikki jotka nykyään tulevat tänne, ovat merkittävästi paremmassa kunnossa, joten voimme ohjata heille kovempia harjoituksia. Nykyään tulevat ihmiset ovat niin vahvoja! Nykyään on aivan toinen taso.”

Tärkeää tässä on se, miten Hedbergin mainitsemat asiakkaiden toiveet, hyvä olo, kellojen pysäyttäminen ja tasapainon löytäminen, toisin sanoen toivotunlainen keho ja toivotunlainen mieli, toteutuvat kuitenkin vain kovan treenin ja tarkan ruokavalion

kautta. Ashram-ideologiaan liittyvä treeni ja ruokavalio esitetään kokonaisvaltaisena ratkaisuna, jonka kautta ja avulla alkaa parempi uusi elämä. Myös henkisyys ja tietynlainen uskonnollisuus näkyvät lainauksessa: saat paremman elämän, kun noudatat tiettyyn ideologiaan liittyviä neuvoja ja olet osa tietynlaista ryhmää.

Mielenkiintoinen yksityiskohta hyvän olon ja oikeanlaisen kehon diskurssiin liittyen on Hedbergin kuvaus kirjan ulkomuodosta, joka on päinvastainen Ashramiin osallistuvien yleisen ulkomuodon kanssa:

”Kirjan kannet on pehmustettu, ja kirjan selkä on pyöreä ja jokseenkin pallomainen. Esineenä siihen on mieluisaa tarttua, niin kuin tyynyyn. Se on pehmeä, lämmin, ja välittävä,” kuvailee Hedberg keittokirjaa. ”Se kuvaa sitä, mitä me edustamme 44 vuoden jälkeen tällä alalla.”

Kirja on pyöreä ja pallomainen, kuin tyyny, mikä on räikeä vastakohta viimeisen päälle treenatulle, jäntevälle ja lihaksikkaalle ulkomuodolle. Kun pyöreä kirja välittää Hedbergin sanoin pehmeyttä, lämpöä ja välittämistä, voidaan nämä ominaisuudet vastakohtaistaa ja suhteuttaa kovaan ja hoikkaan ulkomuotoon. Jos pyöreys välittää pehmeyttä ja lämpöä, millaisia ominaisuuksia ei niin pyöreisiin eikä pehmeisiin Ashram-kehoihin voidaan samalla logiikalla liittää? Pehmeys, lämpö ja välittäminen toimivat matkalla huipulle, mutta huipulla on oltava kova, treenattu ja itsekäs.

Elie Saabin mallistoa käsittelevässä Singerin julkaisussa oikeanlaisen kehon diskurssi nousee esille oikeanlaisen ulkomuodon ja näyttäytymisen kautta. Kun on pukeutunut oikealla tavalla, tämän julkaisun sanoin feminiinisesti, näyttää ihanalta ja on itsevarma. Edellisten artikkelien esimerkkien vastaisesti tässä julkaisussa painotetaan sitä, miten oikeanlainen keho rakennetaan ulkopäin, eikä sisältä kuten ruokavalioon ja treenaamiseen liittyvissä esimerkeissä:

”Kuninkaalliset, tähdet punaisilla matoilla ja naiset, joiden elämät ovat omalla tavallaan niin auttamattoman hohdokkaita rakastavat Saabia hänen henkeäsalpaavan helmeilevän kauneudentajunsa vuoksi; tämän todistaa Game of Thronesin Rose Leslie, joka juuri viime viikolla meni naimisiin upean tähtikollegansa kanssa ja pukeutui Saabiin... ja eikö hän näyttänytkin ihanalta?”

Tässä esimerkissä ihanalta näyttäminen yhdistyy Saabin vaatteisiin pukeutumiseen, pukeutujana huippusuositun tv-sarjan *Game of Thronesin*²⁴ tähtinäyttelijä Rose Leslie.

²⁴ Game of Thrones on vuonna 2011 alkanut, suursuosion (4,8 miljoonaa katsojaa vuonna 2014) saavuttanut fantasiadraamasarja. Sarja kuuluu yhdysvaltalaisen HBO:n ohjelmistoon, ja se perustuu George R. R. Martinin kirjasarjaan *Song of Ice and Fire*. Sarja on aiheuttanut

Singer tuo esiin, miten oikeanlainen keho ja tavoiteltava elämä materialisoituvat Saabin vaatteissa. Saabiin pukeutumisen kautta paitsi näyttää ihanalta, voi myös viestittää elämänsä olevan hohdokasta ja liittyä näin osaksi kuninkaallisten ja punaisten mattojen tähtien loistokasta joukkoa.

Toisessa esimerkissä nousee valokeilaan se, miten Saab suunnittelijana antaa naisille itsevarmuutta:

”Ja hänen naisensa tulevat hänen luokseen – ateljeille Beirutiin, Lontooseen ja Pariisiin – koska he nauttivat itsevarmuudesta, joka saavutetaan aistikkailla, huolellisesti sijoitelluilla ja nerokkaasti skaalatuilla kirjailuilla, jokaista imartelevalla neutraalin ja jalokivien sävyisellä väripaletilla ja superkorkeat halkiot ilman kompromisseja sallivalla teknisellä taituruudella.”

Itsevarmuus näyttäytyy oikeanlaisten kirjailujen, oikean väripaletin ja rohkeiden halkioiden rakentamaa. Tässä on yhteyksiä yleisesti oikeanlaisten merkkien tuomaan itsevarmuuteen. Merkit toimivat symboleina (Bengtsson & Östberg 2006, 25), ja pukeutumalla muoti-instituution legitimoiman suunnittelijan tuotteisiin henkilö samastuu osaksi ryhmää, joka tietää, miten pukeutua oikein. Laadun korostaminen tässä teknisen taituruuden kautta on myös osa erottautumisdiskurssia. Kun vaatetuotannon kasvun, edullisen massatuotannon sekä aiemmin pelkästään haute coutureen keskittyneiden muotitalojen valmisvaatemallistojen kautta muodikkaat vaatteet sekä merkit ovat useimpien saatavilla, korostuu laadun merkitys erottavana tekijänä.

Erottautuminen pelkän merkin kautta ei ole enää itsestään selvyys, mutta laatu, joka tässä esimerkissä ilmenee teknisen taituruuden kautta, on osa-alue, jonka kautta luokkaeroa voidaan edelleen ilmaista (Entwistle 2000, 134). Lainauksessa ei nähdäkseni juuri tästä syystä itse merkin näkymistä painoteta lainkaan, vaan keskitytään tietyn vaatekappaleen ominaisuuksiin, jotka on legitimoitu johtavan suunnittelijan näkemysten kautta. Kyse on kuitenkin samasta ilmiöstä: toivotunlainen keho, ihminen, on itsevarma, ja itsevarmuutta voi ostaa hankkimalla oikeanlaisia vaatteita. Tärkeä osa itsevarmuutta on myös ryhmä, johon vaatetus linkittää, vaikka Singer ei tässä sanokaan sitä suoraan. Epäsuorasti ryhmä on esillä kuitenkin julkaisun alussa, kun mainitaan kuninkaalliset, julkkikset ja hohdokkaan elämän omaavat naiset.

Viimeisessä Elie Saabia käsittelevän julkaisun esimerkissä painottuu feminiinisyys naisten kehoihanteena:

keskustelua ja eriäviä mielipiteitä mm. runsaseen alastomuuteen, rohkeisiin seksikohtauksiin ja väkivaltaan liittyen. Kts. lisää esim. Ferreday (2015), Frankel (2014) ja HBO Nordic (2019).

”Ja mallistossa on sarja iltapukuja, enimmäkseen täyteläisissä jalokiven sävyissä (smaragdinvihreä, ametisti, granaatti), mutta myös harmaa-valkoisessa Gaudí-tyylisessä varjoprintissä, jossa veistokselliset röyhelöt eivät kaipaa seurakseen muuta ornamenttiikkaa. Parhaat näistä ovat silkkisifonkisia – imartelevia, liehuvia, anteeksiantamattoman feminiinisiä.”

Singer nostaa Saabin parhaimmiksi asuiksi ”anteeksiantamattoman feminiiniset” asut, jotka ovat kehoa imartelevia ja liehuvia. Anteeksiantamaton feminiinisyys voidaan tulkita joko niin, että ne paljastavat feminiinisinä pidettyjä kehon osa-alueita, tai niin, että niissä ollakseen kehon täytyy jo lähtökohtaisesti olla tietynlainen. Feminiinisuuden nostaminen esiin paljastaa kuitenkin selkeästi toiveen tietynlaisesta kehosta, olipa se sitten treenaamisen ja ruokavalion kautta saavutettava hoikka feminiinisyys tai ulkopuolelta, oikeanlaisen pukeutumisen ja tiettyjen paikkojen paljastamisen kautta saavutettava feminiinisyys.

Tiettyjen feminiinisten paikkojen paljastaminen johdattaa osuvasti seuraavaan esimerkkiin, jossa kielletään haute couturen yhteys varsinkin massamuotimainontaan liittyvään elementtiin, seksikkyyteen (Mears 2010, 28), ja yleensä nuorten suunnittelijoiden tuottamaan avantgardistiseen, kokeilevaan ja pohdiskelemaan muotiin:

”Nämä vaatteet eivät liity ”hoikkana” tai ”seksikkäänä” tai ”avantgardistisena” olemiseen. Ne liittyvät kauniiseen ja rohkeaan pukeutumiseen, mikä on yhtä harvinaista kuin kertakaikkisen jännittyneenä katseleminenkin.”

Lainauksessa korostuu yläluokkainen keho, jota representoidaan oikeanlaisen, kauniin ja rohkean pukeutumisen kautta eikä massamuodin tai valmisvaatteiden markkinoinnissa nähtävän elementin, seksikkyyden, tai toisaalta uusien, nuorien suunnittelijoiden suosiman avantgardismin kautta. Mielenkiintoinen poikkeus tässä on hoikkuus, joka mainitaan Singerin julkaisussa: editorial-mallit ovat yleisesti massamuotimalleja hoikempia, joskaan ero ei useimmiten ole suuri (Mears 2010, 32). Hoikkuus liittyneekin tässä kommentissa enemmänkin vaatteiden merkityksen painottamiseen kauniin ulkomuodon perustana. Haute couture -luomus itsessään tekee naisen ulkoisesta olemuksesta, habituksesta, ensisijaisesti kauniin ja rohkean, eikä siihen pukeuduta ensisijaisesti siksi, että keho näyttäisi hoikemmalta, vaikkakin hoikkuuden varjo leijaillee selkeästi myös haute couture -maailman yllä.

Näin myös haute couturen legitimoiminen taiteeksi ja joksikin tavallisen pukeutumisen yläpuolella olevaksi toteutuu. Haute couture on taidetta, johon pukeudutaan sen itsensä vuoksi, ei siksi, että sen avulla keho saataisiin näyttämään hoikalta. Toivotunlainen

kaunis ja rohkea ulkomuoto yhdistyy näin oikeanlaiseen asuun pukeutumiseen: korkea muoti on jotakin, joka itsessään tekee kehosta kauniin. Lainauksessa erottautumisdiskurssi nousee suureen rooliin. Singer tekee selkeän eron massamuodin, valmisvaatteiden ja uusien nuorten suunnittelijoiden leireihin nostamalla kauniin ja rohkean pukeutumisen joksikin, joka on ainoastaan legitimoitujen muotitalojen ja niiden huippusuunnittelijoiden toteutettavissa.

3.3 Myyttisyysdiskurssi

Singerin ”Undercover”-julkaisussa nostetaan esiin sana ”taika”, joka toistuu useasti myös muissa julkaisuissa ja on näin toiston kautta diskursiivisesti hyvin kiinnostava. Singer arvioi esimerkiksi Undercover-muotimerkin mallistoa seuraavasti: ”Työssä on naiiviutta, mutta myös taikaa.” Taianomaisuus liitetään Singerin Undercover-julkaisussa suunnittelijaan tai suunnittelijan työhön; mallistoihin, vaatekappaleisiin ja muotinäytöksiin. Taika-sanana käytöllä nostetaan tietyt suunnittelijat ja mallistot myyttiseksi, joksikin sellaiseksi joka ei ole tästä maailmasta. Singerin julkaisuissa taianomaisuus-sanana käytöllä luodaan selkeästi eroa korkean muodin ja valmisvaatteiden välille. Myös ”Undercover”-julkaisussa taianomaisuus nostaa malliston omaan luokkaansa, vaikka toisaalta mallistoa voidaan tarkastella myös katumuodin kautta, kuten edellisessä luvussa, ja toisaalta naiiviuden kautta. Nämä muut tarkastelukulmat vältetään kuitenkin retorisesti käyttämällä taikuutta selittämään eroja korkean muodin ja valmisvaatteiden välillä.

Julkaisusta löytyy yhteyksiä muotisuunnittelijoiden asemaan muoti-instituutiossa. Kuten Kawamura (2011, 93) esittää, vaatteista ei voi tulla muotia ilman tähtisuunnittelijaa, vaikka todellisuudessa suunnittelijat eivät ole lähellekään ainoita pelureita muodin kentällä. Singerin julkaisuissa on silmiinpistävää, miten suunnittelijan asemaa luovana nerona ja synnynnäisenä lahjakkuutena korostetaan erityisesti taikuuteen ja ylimaallisuuteen liittyvien sanavalintojen kautta. Nämä sanavalinnat ylläpitävät ajatusta korkean muodin myyttisyydestä, jota rakennetaan kollektiivisesti muoti-instituution tekstien, kuvien, mainosten ja videoiden kautta (Barthes 1964). Singer asemoituu näin yhdeksi muoti-instituution myyttisyyttä ylläpitävistä henkilöistä, joka on osa kollektiivista myyttisyyttä ylläpitäviä rakenteita: sosiaalisia instituutioita ja käytäntöjä (Kawamura 2011, 75).

Singerin Princestä ja erityisesti tämän valtavasta vaatekaapista kertovassa julkaisussa korostetaan Princen vaikuttavuutta ja jumalaisuutta, asemaa muiden yläpuolella

muutoksen tekijänä. Muutosta ajaa sisäinen voima, nerous, joka on tässä hyvin samaan tapaan esitettyä kuin muissa Singerin julkaisuissa muotisuunnittelijaan, mallistoon tai vaatekappaleisiin kohdistuva vastaava:

”Hän oli mies, joka muutti musiikin ja samalla muodin,’ Hiatt sanoo, ’hän oli jatkuvasti etsimässä itseään, sitä mitä hän oli ja kuka hän halusi olla, ja hän eli kädestä suuhun. ’Ei’ ei ollut vaihtoehto.”

Sisäinen, myyttinen voima kumpuaa tässä nimenomaan myyttisen neron sisäisen pohdinnan kautta, siitä, kuka hän on ja kuka hän haluaa olla. Kun myyttinen hahmo on löytänyt inspiraation, ei hänen suunnitelmiaan kuulu torjua tai niistä kieltäytyä. Suunnittelijan sisäisen maailman tärkeyttä ja kykyä tuntea jotakin, mitä muut eivät tunne, kuvaa havainnollisesti seuraava lainaus: ”Hänellä oli tietty tunne, ja hän halusi nähdä, mitä me pystymme antamaan siihen.”

Myyttisen neron tunteen, inspiraation, pohjalta käynnistyy tapahtumaketju, jossa häntä ympäröivän työryhmän tulee olla valmiina kaikkeen:

”Kaikki olivat aina paineen alla’, Marcuz muistelee. ’He saattoivat soittaa tai tekstata keskellä yötä, ja se tarkoitti, että nyt mennään.’ Robinson: ’Se oli väsyttävää. Ei ollut aikaa. Turhauduit. Mutta sisäistä taitelijasieluaan sai toteuttaa kokonaisvaltaisesti. Se oli taikaa.”

Lainaus luo kuvaa myyttisen neron alaisuudessa toimimisesta, ja normalisoi ja oikeuttaa jatkuvan paineen alla työskentelyn. Muotimaailmassa on hyväksyttävää, pakollista ja normaalia työskennellä jatkuvan paineen alla myyttisen neron ohjatessa työskentelyn linjoja, ja tästä uhrautumisesta syntyy taika. Tämä luo kuvaa siitä, miten on oltava valmis tekemään kaikkensa luovan neron eteen, ja miten on täysin normaalia tinkiä omista tunteistaan, sillä luovan neron kautta myös oma sisäinen taiteilija pääsee toteuttamaan itseään ja saa olla osa jotakin suurempaa, taianomaista kokonaisuutta.

Singerin julkaisu Diorin syksyn couture-mallistosta tuo esiin taianomaisuuden suhteessa tähän vanhaan, perinteikkääseen muotitaloon:

”Joillekin meistä sen päivän läsnäolijoista se [musta korkeakauluksinen takki] oli vaatekappale, joka puhui itsevarmimmin Chiurin vaateustaidoista ja hänen oikeutetusta asemastaan taianomaisen, mutta kuitenkin painavan perinnön ohjaimissa.”

Myös tässä lainauksessa puhutaan suunnittelijasta, Chiurista, joka on julkaisussa esitellyn malliston takana. Taikuus tulee kuitenkin mukaan, kun arvioidaan Chiurin onnistumista suhteessa Diorin perintöön. Perinteikkäiden muotitalojen uudet pääsuunnittelijat ovat useimmiten suuren kiinnostuksen kohteena aloittaessaan uraansa

uudessa muotitalossa, ja ensimmäisissä näytöksissään he joutuvat usein tarkkaan syyniin median toimesta. Toimittajilla on valta hiljaisuuden ja tilan kautta vaikuttaa siihen, mitkä mallistot saavat mediassa enemmän tilaa, ja toisaalta mitkä mallistot jäävät kokonaan mainitsematta (Kawamura 2011, 130).²⁵ Kuten aiemmin mainittiin, vaatteista ei voi tulla muotia ilman tähtisuunnittelijaa, mutta kaikki yritykset muuttaa vaate muodiksi eivät välttämättä onnistu. Tietyn vaatekappaleen kautta Chiuri legitimoidaan tässä Singerin toimesta (vaikkakin voidaan sanoa, että nouseminen Diorin pääsuunnittelijaksi on jo vaatinut legitimoitua onnistuakseen ja toisaalta, toimii legitimaationa itsessään). Näytöksen kautta voidaan todeta, että Chiuri on onnistunut tehtävässään ja lunastanut asemansa Diorin painavan mutta samalla taianomaisen perinnön eteenpäin viejänä. Taika toimii myös tässä eron tekemisen välineenä. Taianomaisuus on jotakin, mitä löytyy perinteisten, korkean muodin couture-muotitalojen historiasta.

Erottuminen on vahvasti esillä samasta julkaisusta poimitussa toisessa lainauksessa, jossa myös legitimaatioteema jatkuu edelleen. Singer nostaa tässä esiin Chiurin luomien vaatteiden arvokkuutta ja tyyntä olemusta sekä Chiurin suunnitteluosaamista vaatteiden rakenteiden kautta:

”Hänen [Chiurin] haute couture -retkensä Diorille oli tänään läpikotaisin omistettu kauniiden mutta samalla rauhallisten vaatteiden loistavalle arvokkuudelle, vaatekappaleet leikattuina, poimutettuina ja rakennettuina (enimmäkseen ilman korsetteja) tavalla, jota ei kirjaimellisesti voisi ikinä olla olemassa valmisvaatteiden puolella...”

Haute couture erotetaan tässä selkeästi valmisvaatteista. Chiurin suunnittelemissa kauniita, rauhallisia ja arvokkaita vaatteita ei voitaisi Singerin sanoin ikinä nähdä valmisvaatteiden alueella. Valmisvaatteet ja haute couture toki erottautuvat toisistaan monin käytännöllisin tavoin esimerkiksi haute couture -vaatteiden huomattavasti korkeamman hinnan ja pienemmän levikin kautta, mutta ne erotetaan tässä myös näiden käytännön seikkojen ulkopuolella. Singer tuo esiin, miten valmisvaatteiden puolella ei voi olla olemassa taidolla rakennettuja rauhallisia, kauniita ja arvokkaita vaatteita, ja esittää samalla couture-suunnittelijan hahmona, joka pystyy näitä vaatteita luomaan. Tämä erottaa luovan, myyttisen neron ja valmisvaatteiden suunnittelijan toisistaan: todellinen suunnittelija tekee couture-vaatteita, ei valmisvaatteita.

²⁵ Kawamura (2011, 130) mainitsee myös, miten toimittajat eivät kuitenkaan useimmiten kykene täysin irtautumaan mainostajien vaikutuksesta.

Eron tekeminen couturen ja valmisvaatteiden välille tulee esiin julkaisussa selkeästi myös Chiurin haastattelun kautta:

”Coutouressa on kyse jostakin piilotetusta,” Chiuri sanoo. ”Kun menet ateljeehen, haluat pitää huolta itsestäsi ja tietää, että joku tulee pitämään huolta sinusta.” Toisin sanoen hänen vaatteensa peilaavat itsessään yksityistä suhdetta, ja eroa sosiaaliseen mediaan ja nopeuteen. ”Meillä on tämä hieno mahdollisuus työskennellä erilaisen ajan määrittelyn kanssa”, Chiuri sanoo. ”Todellinen taituruus on hidasta; se on unelma tulevaisuudesta.”

Chiuri ja hänen kauttaan myös Dior ja haute couture asettuvat tässä sosiaalista mediaa ja nopeutta vastaan, luoden näin selkeän eron myös couturen ja valmisvaatteiden, nopean muodinkierron, välille. Myyttisyys tuodaan tässä esille, kun mainitaan couturen olevan jotakin piilotettua joka ei näyttäydy kaikille, vaan tarvitaan välittäjä, myyttinen suunnittelija, joka pystyy tuomaan nämä salaisuuden muiden nähtäville. Aikakäsitys nousee tässä välineeksi, joka erottaa sosiaalisen median ja nopeuden couturesta: todellinen taituruus vaatii aikaa, ja se on jotakin, mikä ei liity sosiaaliseen mediaan tai nopeuteen. Olennaista on hitaus ja visio tulevaisuudesta, ei se, mikä juuri tällä tietyllä hetkellä on pinnalla. Tämä korostaa korkean muodin roolia suunnannäyttäjänä ja valmisvaatepuolelle siirtyvien trendien määrittelijänä. Näin, paradoksaalisesti, haute couture on uusien trendien luomisen väline, ja se liittyy tätä kautta vahvasti siihen, mikä juuri tässä hetkessä on pinnalla. Toisaalta tässä korostuu, miten haute couturella ei ole kiire. Se näyttää suunnan, ja seuraajat, valmisvaatepuolen toimijat, joutuvat toimimaan nopeasti.

Elie Saabin mallistoa käsittelevässä artikkelissa myyttinen (mies)nero esitetään hahmona naisten itsevarmuuden taustalla:

”Ja hänen naisensa tulevat hänen luokseen – ateljeille Beirutin, Lontooseen ja Pariisiin – koska he nauttivat itsevarmuudesta, joka saavutetaan aistikkailla, huolellisesti sijoitelluilla ja nerokkaasti skaalatuilla kirjailuilla, jokaista imartelevalla neutraalin ja jalokivien sävyisellä väripaletilla ja superkorkeat halkiot ilman kompromisseja sallivalla teknisellä taituruudella.”

Sama lainaus oli esillä jo aiemmin kehodiskurssin kohdalla, mutta myös myyttisyyden ja taianomaisuuden diskurssit nousevat tässä esille. Tässä voidaan havaita yhteys ensimmäisenä modernina muotisuunnittelijana pidettyyn Charles Worthiin, joka vaikutti 1800-luvun lopulta alkaen Pariisissa. Worthia pidettiin aikansa suurena myyttisenä nerona, joka ymmärsi naisia ja tiesi aina, miten naisten tuli pukeutua ja miten naisvartalo verhoiltiin tyylikkäämmiin. Paitsi edellä mainittuihin kykyihin, Worthin erityislaatuinen asema perustui nimenomaan siihen, miten naiset tulivat hänen luokseen

eikä toisinpäin: aikaisemmat muotisuunnittelijat olivat olleet nöyriä ja vaatimattomia, ja he tekivät käyntejä asiakkaiden luona. Merkittävänä erona tässä on myös sukupuoli, sillä aiemmat suunnittelijat olivat olleet useimmiten naisia. Worthiin liittyi myös myyttisyyden ja nerouden arvostaminen ylitse muiden, epätoivottujenkin luonteenpiirteiden. James Laver (1995, 188) kiteyttää naisten ja Worthin suhteen seuraavanlaiseen sitaattiin: ”En välitä siitä kuinka ilkeä hän on niin kauan kuin hän vain suostuu pukemaan minut.” (Laver 1995, 186–188.)

Myyttinen miestaiteilijanerous on esillä myös Elie Saabin mallistoa käsittelevästä julkaisusta poimitussa toisessa esimerkissä:

”Tällä kaudella Saab etsi suunnitteluinspiraatiota Gaudín kirikkaista, eriskummallisen epäsäännöllisistä ja täsmällisen tavoitteellisista mestariteoksista.”

Tässä paljastetaan, miten myyttisen suunnittelijaneron inspiraation lähteenä on toiminut toinen taiteilijanerona pidetty mies. Kahden myyttisen (mies)taiteilijaneron esittäminen sekä mielikuvien luominen Worthista julkaisussa voidaan nähdä käytännöllisesti malliston taustojen esittelynä, mutta siihen kätkeytyy myös haute couture nostaminen muun muodin yläpuolelle. Worthiin ja nerouteen liittyvien viittausten lisäksi esillä on rinnastus taiteeseen. Haute couture on taidetta ja taiteesta kumpuavaa, ja tässä suurten miesnerojen tuottamaa.

Valentinon näytöstä käsittelevästä artikkelista löytyy pätkä suunnittelija Picciolin haastattelusta ja näkemyksistä koskien valmisvaatteiden ja korkean muodin eroja:

”Valmisvaatteiden kanssa näkemys kauneudesta on suhteessa aikaan, jossa suunnittelija elää”, sanoo Piccioli. ’Couture sisältää syvemmän ja intiimimmän perspektiivin ja mahdollistaa etenemisen suunnittelijan omien kauneusvisioiden mukaan.’”

Lainauksessa korkea muoti ja sen suunnittelijat nostetaan jälleen muun muodin yläpuolelle. Kauneuskäsitystä valmisvaatteiden suunnittelussa verrataan korkean muodin vastaavaan, ja todetaan, miten valmisvaatteiden suunnittelussa tietyn ajan käsitykset kauneudesta ovat aina läsnä suunnittelutyössä. Korkean muodin suunnittelijoiden myyttisyys tulee tässä esille juuri suhteessa valmisvaatteiden suunnittelijoihin. Korkean muodin perspektiiviä kauneuteen kuvataan syvemmäksi ja intiimimmäksi, ja suunnittelijan, myyttisen neron, omat kauneuskäsitykset pääsevät Picciolin mukaan paremmin esille. Korkeasta muodista tulee näin ainoa kenttä, jossa voidaan syvällisesti ja intiimisti pohtia kauneutta suunnittelijan, jonkin suuremman voiman välittäjänä toimivan persoonan kautta. Piccioli tulee samalla irrottaneeksi korkean muodin tästä

ajasta samaan tapaan kuten jo edellä korkea muoti erotettiin tästä maailmasta. Korkean muodin kauneuskäsitykset eivät liity aikaan, jossa elämme, vaan ne ovat jotakin muuta, myyttistä, korkeampaa ja jopa tietyn historiallisen aikakauden yläpuolella.

Korkean muodin nostaminen erilleen maailmasta, jossa elämme, on esillä myös seuraavassa lainauksessa: ”Suoraan sanottuna Couturen pitäisi olla unelma vaatteesta, ei joukko viittauksia.” Lainaus liittyy Picciolin omaan selostukseen mallistosta, jossa hän kuvailee mallistoa renessanssin, Versaillesin ja 60-luvun sekoitukseksi. Singer kuitenkin toimii tässä äänenä, joka nostaa korkean muodin tällaisten viittausten yläpuolelle painottaessaan, ettei korkea muoti ole vain viittausten joukko, vaan unelma vaatteesta. Tässä taikasanana ei toimi kirjaimellisesti sana ”taika” kuten edellä, vaan tässä nostatus tapahtuu ”unelma”-sanan kautta. Kun valmisvaatteet voidaan nähdä enemmän tai vähemmän lopulta pelkkinä vaatteina, korkea muoti on unelmia, jotakin, joka ei ole kotoisin tästä maailmasta, jotakin, mikä näyttää, millaisia vaatteet voisivat tai millaisia niiden tulisi olla.

Viimeisenä esimerkkinä myyttiseen suunnittelijaneroon ja erottautumiseen liittyvistä diskursseista nosta esille seuraavan:

”Nämä vaatteet eivät liity ’hoikkana’ tai ’seksikkäänä’ tai ’avantgardistisena’ olemiseen. Ne liittyvät kauniiseen ja rohkeaan pukeutumiseen, mikä on yhtä harvinaista kuin kertakaikkisen jännittyneenä katseleminenkin.”

Lainauksessa korkea muoti nostetaan jalustalle kuvaamalla, miten korkean muodin vaatteet eivät liity millään tavalla hoikkana, seksikkäänä tai avantgardistisena olemiseen. Kun kehodiskurssin kohdalla tämä sama lainaus nähtiin kuvauksena oikeanlaisesta kauneudesta ja kehosta, tässä yhteydessä se toimii erottautumisen välineenä yleisesti kun kyseessä on korkean muodin ja valmisvaatteiden välinen ero. Korkea muoti tuottaa jotakin oikeasti kaunista ja rohkeaa, kun taas valmisvaatteissa ja nuorten suunnittelijoiden mallistoissa pinnalla ovat hoikkuuden, seksikkyyden ja avantgardistisuuden kaltaiset adjektiivit.

4. *Style Bubble* -analyysi – samastuminen ja autenttisuus

Singerin ja *Voguen* tavoin myös Laun *Style Bubble* -blogiaineiston artikkeleita valikoitui tutkielmaan kahdeksan kappaletta. Aineiston valinta pohjaa *Style Bubble* -blogin, kuten myös *Voguen* ja Singerin kohdalla tuoreuteen, ja kaikki julkaisut ovat Singerin julkaisujen tavoin vuodelta 2018. *Style Bubble* -aineiston artikkelit jakautuvat kuukausittain seuraavasti: tammikuussa kaksi julkaisua, huhtikuussa neljä sekä touko- ja kesäkuussa kummassakin yksi julkaisu. Singerin tavoin Laun julkaisutahti on melko epäsäännöllinen ja -tasainen, mistä voidaan päätellä myös Laun kohdalla se, ettei itse julkaisujen kirjoittaminen ole kokopäiväistä toimintaa. Kuten edellä Singerin kohdalla, myös Laun kohdalla käytän aineiston erittelyssä Laun blogissaan käyttämiä aihetunnisteita sekä osin myös omia havaintojani.

Artikkeli	Julkaisuajankohta	Aihetunnisteet
”It’s just a bit of fun!”	13.1.2018	<i>Rants and Raves, News, Editorials</i>
”Valentino’s Grandeur and Levity”	26.1.2018	<i>Trends, Designers</i>
”Spring Snow Sprung”	20.4.2018	<i>Susie Styles, London, Designers, Accessories</i>
”Into Another Garden with Chanel”	23.4.2018	<i>Susie Styles, London, Designers</i>
”Polle and Pompula up Your Life”	25.4.2018	<i>Susie Styles, Shopping</i>
”Right Hyères, Right Now”	30.4.2018	<i>Travel, News, Designers, Art, Accessories</i>
”Wave on”	11.5.2018	<i>Susie Styles, Designers</i>
”Dark Disney”	22.6.2018	<i>Susie Styles, Accessories</i>

Taulukko 2

Laun aineiston aikajärjestyksessä ensimmäinen artikkeli, ”It’s just a bit of fun!”, on julkaistu 13.1.2018. Julkaisu on merkitty kategorioilla (aihetunnisteilla) *Rants and Raves, News* ja *Editorials*. Postaus on kannanotto #meetoo-hengessä muoti-instituutiossa julki tulleisiin seksuaalisen hyväksikäytön epäilyihin.²⁶ Julkaisussa on kiinnostavasti näkyvillä viittaus *Vogueen*: Lau tuo esiin, miten Conde Nastin Anna

²⁶ Kts. lisää Bernstein ym. (2018).

Wintourin kirjoittaman vastine, uudet säännöt toiminnalle, julkaistiin välittömästi tapaukseen jälkeen jotta *Vogue* voisi turvata asemansa tulevien vastaiskujen ja argumenttien varalta. Lau kirjoittaa, miten Twitter-tarkistuksen jälkeen reaktiot eivät olleet lähelläkään Harvey Weinstein -kohua, ja ottaakin kantaa siihen, miten muoti-instituutio ei voi ulkoistaa itseään #metoo-kampanjasta. ”Valentino’s Grandeur and Levity” -artikkeli on julkaistu 26.1.2018. Aihetunnisteina tässä julkaisussa ovat *Trends* ja *Designers*. Julkaisu on reportaasi Valentinon kevään/kesän 2018 haute couture -mallistosta, ja sisältönsä puolesta se on lähellä Singerin runway-aihetunnisteen juttuja. Tekstin lisäksi julkaisu on höystetty runsaalla kuvamateriaalilla näytöslavan tapahtumista.

”Spring Snow Sprung”, julkaistu 20.4.2018 aihetunnisteilla *Susie Styles, London, Designers* ja *Accessories*, on esittely Coach-vaatemerkin kevät-kesä 2018 -mallistosta. Mallistoa ei kuitenkaan esitellä näytöslavan kautta, vaan kuvareportaasissa Lau itse poseeraa merkin vaatteissa. Julkaisun alapuolella kerrotaan tämän olevan osa Laun ja Coach-merkin käynnissä olevaa yhteistyötä. ”Into Another Garden with Chanel” (23.4.2018) aihetunnisteilla *Susie Styles, London, Designers* käsittelee Chanel-merkin haute couture -kokoelmaa. Julkaisussa Lau kertoo, miten Chanelilta otettiin häneen yhteyttä ja kysyttiin, mikäli hän haluaisi poseerata merkin haute couture -malliston vaatteissa ja tehdä siitä jutun blogiinsa. Julkaisussa on suora lainaus Chanelin yhteydenotosta sekä kuvareportaasi, jossa Lau poseeraa malliston eri mekkojen kanssa. Merkit ovat tärkeässä asemassa juttua, ja jutun lopussa mainitaan kaikkien kuvissa käytettyjen vaatteiden olevan Chanelin mallistosta lukuun ottamatta Converse-merkkisiä kenkiä.

”Polle and Pompula up Your Life” (25.4.2018, aihetunnisteet *Susie Styles* ja *Shopping*) on julkaisu Uniqlon ja Marimekko-vaatemerkin design-yhteistyöstä. Julkaisussa esitellään *Uniqlo* uutta mallistoa, joka on höystetty Marimekon printeillä. Julkaisun alussa Laun tuttavallisuus on selkeästi esillä, kun hän puhuttelee lukijoitaan: ”Pitkäaikaiset *Style Bubbles* lukijat tietävätkin jo Uniqlo-fiksaatiostani, joka alkoi, kun merkki ensimmäisen kerran rantautui blogiini tarjotakseen minulle silmää hiveleviä vaatekerroksia jotka olivat tasapainossa hulluuden kanssa.” ”Right Hyères, Right Now” (30.4.2018, *Travel, News, Designers, Art, Accessories*) on reportaasi Hyères-festivaaleilta, joka on kansainvälinen muotiin, valokuvaukseen ja muotiasusteisiin keskittyvä jokakeväinen tapahtuma. Festivaaleilla on esillä nuoria lupaavia artisteja, ja se sisältää näyttelyitä, paneelikeskusteluja sekä kilpailun, jonka kolme eri sarjaa ovat

muotisuunnittelu, asustesuunnittelu ja valokuvaus (villa Noailles, 2018). Julkaisussa Lau nostaa esiin kiinnostavia havaintoja festivaaleilta, ja mainitsee myös vakavampia muotimaailmaa puhuttaneita teemoja kuten kulttuurisen omimisen ja alkuperän merkityksen sekä taistelun muovia vastaan.

”Wave on” (11.5.2018, *Susie Styles, Designers*) on monien muiden Laun postausten tavoin yhteistyö vaatemerkin kanssa, tällä kertaa kyseessä on House of Hollandin mallisto ”Original Pirate Material”, joka on nimetty Mike Skinnerin samannimisen levyn mukaan. Juttu koostuu malliston taustoja valottavasta tekstistä sekä kuvista, joissa Lau poseeraa malliston vaatteissa. ”Dark Disney” (22.6.2018, *Susie Styles, Accessories*) on ”Spring Snow Sprung”-julkaisun tavoin yhteistyö Coach-vaatemerkin kanssa. Jutun keskiössä on merkin yhteistyömallisto Disneyn kanssa. Muiden Laun yhteistyöjulkaisujen tavoin postaus koostuu malliston taustojen avaamisesta ja kuvasarjasta, jossa Lau itse poseeraa merkin vaatteissa. Kuten myös muissa yhteistyöjulkaisuissa, tämänkin julkaisun lopussa on teksti, jossa kerrotaan jutun olevan osa meneillään olevaa yhteistyötä Coach-merkin kanssa.

Yhteenvetona Laun tekstejä voidaan hieman yllättäen pitää syvällisempiä ja syväluotavampia kuin Singerin, ja tekstit ovat usein myös hieman pidempiä, vaikka bloggaajan ja *Voguen* nimekkään toimittajan vertailussa alkuasetelma asettuu helposti oletukseen siitä, että bloggaajan aiheet ja tekstit olisivat kevyempiä ja vähemmän kriittisiä kuin *Voguen* toimittajan. Laun blogiin sisältyy myös ennalta odotettavaa, bloggareille perinteisesti kuuluvaa sisältöä. Asukuvat, joissa kirjoittaja itse on mallina, ovat Laun tapauksessa tällaista aineistoa, eikä niitä löydy Singerin julkaisuista (Rocamora 2013, 161). Myös Rocamoran (ibid.) ajatus blogista tietyllä tavalla henkilökohtaisempana ja aidompana foorumina on näkyvillä, kun vertaillaan Laun ja Singerin aineistoja. Lau puhuttelee lukijaa enemmän omien näkemystensä kautta ja ilmaisee myös yleisesti enemmän omia tunteitaan suhteessa esimerkiksi esittelemiinsä merkkeihin sekä asettuu usein samalle viivalle lukijan kanssa.

Useat Laun julkaisuista on tehty yhteistyössä eri vaatemerkkien kanssa, mutta tätä ei julkaisuissa kuitenkaan piilotella. Lau samaistaa usein itsensä tavallisiin ihmisiin ja tätä kautta myös lukijoihinsa olemalla avoimen innostunut ja vaikuttunut siitä, miten hän on saanut pukeutua eri merkkien vaatteisiin, joiden joukossa on myös haute couture -mallistojen vaatteita joihin yleensä näytösmallien lisäksi vain harvat ja valitut saavat pukeutua. Laun julkaisut jakautuvat vaatemerkin esittely- ja yhteistyöpostauksiin joissa

Lau itse toimii mallina (5 kpl), reportaaseihin muotimaailman isoista tapahtumista (2 kpl) sekä yhteen kantaottavaan ja aihepiiriltään selkeästi vakavampaan julkaisuun.

4.1 Kriittisyysdiskurssi

Laun artikkeli ”It’s Just a Bit of Fun” muodostaa täydellisen vastakohtan Singerin artikkelille ”You’re So Vain...”, jossa sukupuolten tasa-arvo ja #metoo mainittiin kevyinä aiheina ja tyypistettiin muotimaailman trendeiksi. Kun Singerin artikkelissa vakavuus- ja keveysdiskurssit yhdistyivät vakavan asian tyypistämisenä trendiksi, Lau esittää julkaisussaan suoraa kritiikkiä Singerin ajatuksia kohtaan. Vaikka Singeriä ei jutussa mainitakaan, näistä kahdesta tekstistä voidaan löytää selkeä vastakkainasettelu. Lau ei tuo mukaan keveysdiskurssia eikä kevennä vakavaa aihetta trendiksi tai hauskanpidoksi, vaan julkaisun yleissävy on alusta loppuun asti kriittinen ja osoittaa Laun ottavan aihepiirin tosissaan.

Jo artikkelin otsikkoa voidaan pitää täysin Singerin artikkelista nousevan ”vakavat aiheet muotimaailman trendeinä” -tyypittelyn vastaisena. Lisäksi koko artikkeli otsikkoineen kommentoi Singerin ajatuksia vakavista aiheista: kaikessa on kyse lopulta vain hauskanpidosta, eikä mitään voida pitää erityisen vakavana, onhan kyse muodista. Toisin kuin Singer, Lau esittää #metoon vakavana aiheena ilman kevennyksiä, ja kritisoi samalla muotimaailmaa juuri siitä, mitä Singer julkaisussaan tekee. Vakavista aiheista vaikeneminen ja niiden tyypistäminen, Singerin tapauksessa trendeiksi ja yleisesti muoti-instituution tapauksessa hauskanpidoksi, on kritiikin kohteena. Lau tuo esiin myös muoti-instituution hierarkkisuuden, ja sen miten syyllisten puolella on liian vaikutusvaltaisia ihmisiä, jotta aihepiiristä voitaisi todella keskustella:

”Silti Hollywoodin casting couch -kulttuurin²⁷ tavoin [muoti-instituutiossa] liian monet ovat sekaantuneina syyllisten joukkoon, sidottuina uratikkaiden valtataisteluun, jossa muodin ravintoketjussa alempana olevia painostetaan vaikenemaan, jotta he eivät menettäisi työtarojensa todella kilpailullisessa ympäristössä.”

Yllä olevassa lainauksessa esillä on havainnollisesti muoti-instituution ravintoketju, jossa toiset toimijat ovat selkeästi alempana kuin toiset. Toisin sanoen instituutio on hierarkkisesti järjestäytynyt, ja hierarkia luo instituutioon erilaisia auktoriteettiä ja statukseen liittyviä positioita (Kawamura 2011, 91). Laun ajatukset muoti-

²⁷ Termillä *casting couch culture* verrataan Hollywoodissa elokuvatuotannon alkuajoista lähtien vallinneeseen mentaliteettiin ja kulttuuriin, jossa elokuvamogulit ja muut alan suuria päätöksiä esimerkiksi roolituksen suhteen tekevät henkilöt ovat vaatineet erityisesti nuorilta ja kokemattomilta näyttelijöiltä seksuaalisia palveluita rekrytointeja vastaan. (Hallamaa 2017.)

instituutiosta, hierarkiasta ja erilaisista positioista ja toimijoista instituution sisällä ovat hyvin lähellä Kawamuran (ibid.) muotisosiologisia ajatuksia. Muoti-instituutio on kone, jossa status quon ylläpitämisen lonkerot ovat juurtuneet syvälle rakenteisiin. Laun sanoin ”muoti-instituutioon kuuluu sisäänrakennettu kaava, joka tähtää status quon ylläpitämiseen, ja se ulottuu paljon syvemmälle kuin mitä meille [status quon kuulumattomille] halutaan näyttää”²⁸. Lau tuo esiin ajatuksen instituutiosta ravintoketjuna, jossa toiset toimijat ovat selkeästi alempana kuin toiset. Instituutio itsessään on kone, jonka valtaapitävät toimijat pitävät pyörät pyörimässä ja sanelevat, miten tietyt asiat vain sattuvat kuulumaan muoti-instituutioon ollen erottamaton osa sitä. Tähän ajatukseen löytyy yhtymäkohta myös edellä käsitellystä Singerin artikkelista ”See Prince's Legendary Outfits From His Fashion Archives: The Greatest Rock 'n' Roll Closet of All Time”, jossa arvostetun luovan neron kanssa toimiminen automaattisesti, luonnollisesti edellyttää omien rajojen venyttämistä ja omista tarpeista ja jopa arvoista joustamista.

Myös edellä, Singerin julkaisujen yhteydessä, esiin noussut taiteilijuus ja luovan neron oikeudet taiteen nimissä erityisesti suunnittelijoiden roolia koskien nousevat esiin Laun julkaisussa:

”On olemassa heikko lenkki jossakin kohtaa todella, TODELLA laajaa ’hieman hauskkuttelua muodin nimissä’ sisältävien asioiden kirjoa. Jossakin kohdassa kuvien luomisen luovaa prosessia toimijoilla on vaikeuksia tehdä eroa epätavallisuuteen luettavissa olevien asioiden ja selkeästi hyväksyttävän rajan ylittävien asioiden välillä.”

Tässä Lau, kuten Singerkin, tarkastelee muotia tietyllä tavalla taiteen kontekstissa. Luomisen prosessissa on vaikea tehdä rajanvetoa sille, missä mennään yli ja mikä lopulta on oikeutettua taiteen tai muodin nimissä. Tämä tuo mieleen muissa taiteissa, esimerkiksi teatterissa ja elokuvissa myös Suomessa ilmenneet hyväksikäyttötapaukset²⁹, joiden purkamisessa on käynyt ilmi, miten taiteen koetaan olevan kaiken muun yläpuolella tiettyjen henkilöiden, suunnittelijoiden ja ohjaajien, toimiessa korkeamman voiman välittäjinä. Auktoriteetin asema on verrattavissa uskonnollisiin johtajiin, ja auktoriteeteille voidaan näin antaa oikeus tehdä mitä tahansa taiteen, tai tässä tapauksessa muodin, tietynlaisen uskonnon nimissä.

²⁸ Käännös E.V.

²⁹ Esim. Aku Louhimies, kts. lisää esim. Salusjärvi (2018).

Lau henkilöi lainauksessa luovaksi neroksi muotivalokuvaaja Mario Testinon, joka rinnastuu pappeihin, luoviin ohjaajamerkeihin ja muotimaailman suunnittelijoihin myyttisenä henkilönä, jolla on oikeudet venyttää hyväksytyjen rajoja työssään muodin ja taiteen nimissä. Tässä Testinon puolustajana, joka samalla legitimoii ja oikeuttaa tämän työn ja työskentelytavat, toimii Tom Ford:

”Tom Fordin kommentoissa NY Timesin artikkelissa on nähtävissä lähes välinpitämätön sävy: ’Myymme seksiä’, hän sanoo, ja puolustaen Testinoa, joka oletettavasti on lukinnut miesmallin hotellihuoneen sisälle kuvauksissa ja kiivennyt tämän päälle hän lisää, että on olemassa vain muutama tapa joilla voidaan saada oikeanlainen valokuva mallin kasvoista sängyssä. No DAA! Se on FASH-UNia!”³⁰

Lau kuvaa Fordin asennetta välinpitämättömäksi, ja puolustaa Testinon toimintatapoja sillä, ettei mallin kasvoista sängyssä voida saada oikeanlaista kuvaa kuin vain tietyillä työskentelytavoilla. Tässä oikeanlaisen kuvan saaminen mallin kasvoista nostetaan jalustalle, luovan työn itseisarvoksi, jonka saamiseksi on lupa ja oikeudet tehdä mitä tahansa. Lisää vettä myllyyn tuo Fordin kommentti, joka vetää maton tavallaan kaiken alta. Seksin avulla myymisen alleviivaaminen kaiken perustavanlaatuisena pohjana oikeuttaa kaiken, mitä seksin avulla myymiseksi voidaan tehdä. Kun asia itsessään liittyy seksiin, oikeuttaa se Fordin kommentin perusteella seksuaalisuuden ja seksin hyväksikäyttämisen myös kuvaustilanteessa.

Seksuaalisuus on osa ihmistä ja persoonaa, ja fyysisissä ammateissa, näyttelijänä tai mallina, on se myös väistämätön osa työskentelyä. Rajanveto nouseekin tässä isoon rooliin, ja Fordin kommentin perusteella luova nero, myyttinen taiteilija, päättää, missä rajat menevät. Hänen kanssaan työskentelevien on mukauduttava näihin rajoihin, ja mikäli ne eivät sovi yhteen omien, henkilökohtaisten rajojen, asenteiden ja arvojen kanssa, on ”alaisen”, tässä tapauksessa mallin, oltava valmis joustamaan niistä taiteen ja muodin nimissä, sillä vain legitimoitu muotokuvaaja, tässä tapauksessa Testino, tietää, millä keinoilla kuva saadaan näyttämään juuri oikeanlaiselta keinoja kaihtamatta.

³⁰ *Fashun*-termillä viitataan pukeutumisen ylilyönteihin, jotka eivät ole muodikkaita (*fashion*), vaan näyttäviä ja erottuvia, mutta eivät liity yleensä vallitsevaan muotiin tai vallitseviin trendeihin. *Fashun*-termiä voi käyttää negatiivisesti muista erottuvan, muttei ajankohtaisesti muodikkaan ihmisen tyylistä. Termi yhdistyy osittain mauttomuuteen, osittain epäonnistuneeseen yritykseen kopioida vallitsevaa muotia ja erottua joukosta, mutta termillä voidaan myös määritellä persoonallista asukokonaisuutta ja asua, joka on puettu vain huomion herättämisen vuoksi. Lauta itseään on myös kuvattu termillä *fashun*, kts. lisää *ChiCityFashion* (2014). Yllä olevassa Laun kommentissa *fashun*-termi liittyy nimenomaan mauttomaan ylilyöntiin, epäasiallisten keinojen käyttämiseen kuvaustilanteessa, joka on tehty maksimaalisen huomion saavuttamiseksi, ja jota Testino ja Ford lainauksessa edustavat.

Fordin kommentti siitä, miten muotimerkit myyvät seksiä, linkittyy muoti-instituution asenteisiin laajemmin. Muoti-instituution arvot ja asenteet itsessään mahdollistavat Fordin kaltaisen legitimoidun muotivaikuttajan kommentin. Lau ottaakin julkaisussaan esille myös laajemmin muoti-instituution kokonaisuutena, mukaan luettuina myös kuluttajat:

”Ylistämme ja kulutamme provokatiivisia sisältöjä, joista on tullut muodin jokapäiväistä ruokaa – paljaat rinnat vedessä märän kaavun alla, suihinoton esittäminen käsilaukun tai kengän kanssa, asusteet, jotka on taidokkaasti aseteltu genitaalialueelle – mutta suurimmaksi osaksi jätämme huomiotta mitä mahdollisesti on tai ei ole tapahtunut kulissien takana, kun näitä kuvia on tehty.”

Lau mainitsee lainauksessa, miten ylistämme ja kulutamme provokatiivisia sisältöjä, joista on tullut muoti-instituution ”päivittäistä ruokaa”. Näemme paljaita rintoja märkien vaatteiden alla, fellaatioesityksiä käsilaukkujen ja kenkien kanssa ja asusteita, jotka on aseteltu taiteellisesti genitaalialueille, mutta emme huomioi tai ajattele sitä, mitä on tapahtunut kulissien takana kun kyseisiä kuvia on otettu. Laun julkaisusta nousee esille kriittinen syyttely- ja paljastusdiskurssi, jota ei löytynyt yhdestäkään Singerin artikkelista. Lau tuo esille muotimaailman pimeän puolen ja kyseenalaistaa muoti-instituution mekanismit ja tavat tuottaa sisältöjä.

Tässä on kiinnostavaa pohtia sitä, miten Laun asema bloggaajana suhteutuu Singerin asemaan *Voguen* toimittajana. Onko bloggaajalla mahdollisesti paremmat tai helpommat lähtökohdat kommentoida kriittisesti muoti-instituutiota sen sisältä, tai onko bloggaaja todellisuudessa edelleenkin tarkasti ottaen muoti-instituution sisällä? Laun positio kriittisenä arvostelijana sopii edelleen Kawamuran (2011, 128–129) esittämän muotitoimittaja-muotijournalisti -jaottelun muotitoimittaja-rooliin, josta käsin on mahdollista kritisoida, ei vain raportoida. Lau on itse todennut olevansa muoti-instituution ulkopuolinen toimija, joten tästä näkökulmasta käsin hänen saattaa olla henkilökohtaisen tuntemuksensa perusteella helpompi kritisoida instituutiota, vaikkakin voidaan myös sanoa Laun olevan hyvin syvällä sisällä muoti-instituutiossa esimerkiksi useiden, suurien muotitalojen koskevien yhteistyöprojektien sekä muotinäytöksiin eturivissä osallistumisensa kautta.

Lau voidaan kuitenkin nähdä tavallaan itsenäisempänä toimijana instituutiosta kuin Singer, sillä hän kirjoittaa omalla nimellä sisältöä omaan blogiinsa. Singer, joka myös kirjoittaa omalla nimellään, on samalla *Voguen* sekä mainostajien sääntöjen, arvojen ja

toimintatapojen vaikutuspiirissä ja niiden alainen. Yhteistyösopimustensa kautta voidaan sanoa, että myös Lau on tietyllä tavalla mainostajien, yhteistyökumppaneidensa talutusnuorassa, mutta itsenäisyys on vahvassa asemassa kun taustalla oleva muotimaailmassa suuresti vaikuttava lehti on poissa. Laun voidaan ajatella myös pystyvän itse paremmin valitsemaan yhteistyökumppaneitaan kuin Singerin. *Voguen* ja mainostajien sopimukset eivät ole pelkästään Singerin käsissä jos ovat ollenkaan, kun taas Lau on itse, henkilökohtaisesti solminut omat sopimuksensa tiettyjen merkkien kanssa. Tässä Kawamuran muotitoimittaja-muotijournalisti -jaottelu onkin ontuva, sillä se kattaa vain perinteisesti muoti-instituution sisäisiksi nähtävät toimijat.

Riippumatta siitä, nähdäänkö Lau muoti-instituution sisäisenä tai ulkoisena toimijana, itsenäisyys näyttäytyy tässä mielipiteenvapautena ja mahdollisuutena kritisoida muoti-instituution toimintatapoja rohkeammin. Mahdollisuudet kritiikkiin ovat helpommat kun kokee itsensä ulkopuoliseksi, vapaaksi monien sisäisten tahojen paineesta. Muoti-instituution sisäiset toimijat voitaisiinkin määritellä toimijoiksi, jotka ovat sidoksissa instituution suurten toimijoiden arvoihin ja tavoitteisiin, eli toimijat, jotka ovat osa suurempaa, legitimoitua systeemiä muoti-instituution sisällä. Näin varsinaisen muoti-instituution ulkopuolelle jäisivät itsenäiset toimijat, itsenäiset suunnittelijat, vaatemerkit ja bloggaajat, jotka kuitenkin tarvitsevat instituutiota ja legitimointia oman olemassaolonsa taustalle, mutta joilla on silti riippumattomampi asema jos nyt ei instituution keskipisteessä, niin ainakin reunoilla.

Kun Singer näkee muoti-instituution ongelmien ratkaisijana, voimaannuttavana ja kapinallisena toimijana, tuo Lau esiin muotimaailman pimeän puolen ja kyseenalaistaa sen toiminnan tapoja. Kun Lau pureutuu muotimaailman sisälle, katsoo Singer vahvasti ulospäin muotimaailmasta ja vertaa muotia suhteessa ympäröivään maailmaan. Singer luo kuvaa muoti-instituutiosta, joka on mukana maailman tapahtumissa ja mahdollisesti kommentoi niitä, mutta on kuitenkin selvästi erotettavissa tästä maailmasta ylimaallisten ominaisuuksien, esimerkiksi taianomaisuuden kautta. Singerin julkaisuista on vaikea löytää kritiikkiä ylipäätään, eikä kritiikki kohdistu missään julkaisussa korkean muodin instituution sisälle, vaan ennemminkin valmisvaateteollisuuteen ja avantgarde-suunnittelijoihin.

Kun Singer luo kuvaa korkeasta muodista tietyllä tavalla ylimaallisena, läpeensä positiivisena asiana, tuo Lau kriittisemmän otteen kuvaan. Singer näkee muoti-instituutiosta ratkaisijan potentiaalia esimerkiksi vahvojen naisten ja vakavien teemojen

sivuamisen kautta, kun taas Lau näkee instituution monien ongelmien aiheuttajana. Singerille muodin potentiaali on osittain siinä, ettei se ole tästä maailmasta, jonka kautta voidaan väistää myös oikean maailman ongelmat. Singerin ajattelu kiteyttää Laun esiin tuoman ajatuksen siitä, miten muotimaailma järjestelmällisesti kieltää ongelmat sisällään. Kun ongelmia ei nähdä, niitä ei ole. Muoti-instituution toimintatavat voidaan aina selittää parhain päin vetoamalla sen taianomaisuuteen ja ylimaallisuuteen, kun taas Laun lähestymistapa on käytännönläheisempi ja perustuu tosielämään. Laulle aika jossa elämme ei ilmene muodissa vain trendeinä ja kevyinä unelmina, vaan ongelmina, jotka pitää ratkaista ja joihin pitää ottaa kantaa.

Syyttely- ja paljastusdiskurssit ilmenevät Laun julkaisussa myös siinä, miten tämä epäilee muoti-instituution kykyä muutokseen:

”Muotimaailma, aivan kuten elokuvateollisuuskin, tarvitsee merkittävän määrän aikaa sopeutua yhtenäiseen muutokseen. Muutos riippuu myös lukemattomista toimittajista, valokuvaajista, stylisteista, suunnittelijoista ja merkkien imago- ja markkinointivastaavista, joiden tulee kollektiivisesti muuttaa asenteitaan sellaisiksi, ettei tämänkaltaisia syyttöksiä ja huhuja sivuuteta. Kysymys kuuluukin, onko muutos mahdollisesti liikaa alalle, joka sisältää provokaatiota ja rajojen venyttämistä? Eikö kaikki olekin liian houkuttelevaa, herkkullisesti turmeltunutta ja kyllä, vain hieman hauskanpitoa? Lisäksi, kaikkia solmuja voi olla vaikea avata hierarkkisella alalla, jossa eteenpäin pääseminen ja asema määräytyy sen kautta, onko valmis hyväksymään epäoikeudenmukaisuutta.”

Singerin julkaisuissa muoti-instituution kykyjä saati tarvetta muutokseen ei epäillä tai aseteta kyseenalaiseksi missään tilanteessa, kun taas Lau pohtii, mistä tekijöistä muutos instituution sisällä riippuu sekä sitä, miten mahdollinen muutos ylipäättään on. Lau toteaa, miten muutos vaatii aikaa, mutta tuo samalla esiin sen, miten muutos riippuu kaikista toimijoista. Toimittajien, valokuvaajien, stailistien, suunnittelijoiden ja markkinointihenkilöiden asennemuutos on kaiken taustalla. Kriittisyys muutokseen nousee esiin, kun Lau pohtii muoti-instituution luonnetta ja sitä, onko mahdollinen muutos liikaa instituutiolle, joka pohjimmiltaan perustuu provosointiin ja rajojen venyttämiseen. Lau tuo esiin myös hierarkkisen instituution, jossa pärjätäkseen ja edetäkseen on oltava valmis tekemään mitä tahansa.

Laun julkaisussa ”Spring Snow Sprung” esitellään Coach-vaatemerkin uutta mallistoa, joka on tehty Keith Haringin muistoksi. Haring oli yhdysvaltalainen kuvataiteilija, joka tuli tutuksi julkisesta katutaiteestaan ja kuoli 31-vuotiaana AIDSiin (The Keith Haring

Foundation, 1997-2018). Haringin ja Coach-vaatemerkin kautta julkaisussa on vahvasti esillä New York, joka on sekä Coach-merkin että Haringin kotipaikka. New York on tärkeä paikka muoti-instituutiolle, yksi muotimaailman pääkaupungeista, joiden muotiviikkoja seurataan tarkasti (Rantisi 2006, 109). Julkaisussa perinteinen muotikaupunki yhdistyy amerikkalaiseen luksusmerkkiin ja katutaiteeseen, mikä vahvistaa mielikuvaa New Yorkista muodikkaana kaupunkina.

Julkaisussa kriittisyysdiskurssi kohdistuu muodin esineiden, vaatteiden, kiertoon ja pitkäikäisyyteen, ja tätä kautta oikeanlaiseen muotiin, siihen, mitä pidetään muotina ja siihen, millaista oikean muodin tulee olla:

”Kirsikankukat yrittävät puhjeta kukkaan mutta siitä huolimatta satoi lunta. Mikä täydellinen tilaisuus astua ulos ja pukeutua yhteen Coachin 2018 kevät/kesämalliston näytöksen ’pitkäikäisistä’ avainvaatekappaleista³¹, joka on outo jokasään kelsitakki jonka selkäpuolelle on upotettu ikoninen neliönaama ja joka on osa laajempaa Keith Haring -yhteistyötä joka saapui myymälöihin kuukausi sitten. Sanon ’pitkäikäinen’ koska kuten myös Stuart Veversin³² aikakauden Coachin ulkovaatteet, ne tulevat olemaan ajankohtaisia pitkän ajan jälkeenkin. Eivätkä siitä ikävyyttävästä syystä, että ne olisivat ’klassikoita’, vaan ennemminkin koska tasapaino outouden ja laadun välillä aikaansaa tunteen, että vaate on ’sen arvoinen’.”

Kun Singerille oikea muoti ja korkea muoti olivat hyvin pitkälle synonyymejä, ja oikeanlaiseen muotiin liittyi kiinteästi ”klassisuus”, voidaan Lau julkaisun nähdä määrittelevän oikeanlainen muoti hieman eri kulmasta. Lau mainitsee klassisuuden julkaisussaan, mutta pitää sitä tylsänä tapana määritellä sitä, mikä tekee vaatteesta pitkäikäisen. Kun Singerille klassinen oli ennen kaikkea positiivinen määre, Laulle se näyttäytyy tylsänä. Klassisuus ei ole Laulle itsessään syy pitkäikäisyyteen, vaan tuotteen arvo itsessään, sen tausta, historia ja tuntuma, ”outouden ja laadun tasapaino”. Singerin julkaisuissa tuotiin myös esiin outous, joka liitettiin Escaramuza-ratsastajien kautta vallankumouksellisuuteen ja kapinaan.

Vaatteiden pitkäikäisyyteen ja niiden arvoon viitattiin Singerin julkaisuissa usein termillä klassinen, ja klassisuus oli juuri se sana, jolla vaatekappaleet nostettiin Singerin julkaisuissa arvokkaiksi ja jopa ylimaallisiksi. Suhteessa Singeriin Lau käyttää klassinen-sanaa jopa ivallisesti, mikä asettuu vastakohtaksi Singerin käyttötavan

³¹Avainvaatekappale tarkoittaa vaatekappaletta, joka muodostaa perustan monille asukokonaisuuksille ja on näin monikäyttöinen ja helposti yhdisteltävissä muiden vaatteiden kanssa.

³² VEVERS aloitti Coach-vaatemerkin luovana johtajana 25. kesäkuuta 2013 (*The Business of Fashion*, 2019).

kanssa. Kriittisyys klassisuutta kohtaan ei tarkoita suoraan, että Lau olisi kriittinen Singerin julkaisuille, mutta se asettuu kiinnostavasti vertailussa Singerin tekstejä vastaan. Laun voidaan nähdä kritisoivan klassisuutta, ja kun klassisuus liittyy vahvasti Singerin ilmaisuun oikeasta muodista, voidaan nähdä selkeästi eroavaisuus näkemyksissä siitä, mikä on arvostettavaa muotia. Yhtenäistä sekä Singerin että Laun julkaisuissa on ”long-life”-sanon käyttö. Pitkäikäisyys on muodissa arvostettavaa, mutta Singerille klassisuuden, Laulle outouden ja laadun yhdistelmän vuoksi.

Laun artikkelissa ”Right Hyères, Right now” pureudutaan Hyèresin kansainväliseen muoti- ja valokuvafestivaaliin, jota Lau kuvailee ”jokavuotiseksi ruohonjuuritason muodin ja luovuuden ylistykseksi”. Hyères on perinteisesti toiminut uusien suunnittelijoiden ja muotikouluista valmistuvien kykyjen näytönpaikkana, jossa tarjolla on nimekkäiden toimijoiden kuten Chanelin huomiota sekä rahallista tukea massiivisten palkintosummien kautta. Perinteikkäät suuret muotitalot järjestävät tapahtumassa työpajoja, joissa etsitään uusia kykyjä. Uusia kykyjä esittelevää festivaalia kuvaavalla julkaisulla Lau ottaa jälleen esiin aihepiirin, jota ei Singerin julkaisuissa näy: uudet, einiin-nimekkäät ja paikoin myös avantgardistiset kyvyt. Laun julkaisusta käy ilmi, miten perinteiset toimijat ovat paikalla ja kiinnostuneita ruohonjuuritason suunnittelijoista. Julkaisussa on esillä myös se, miten nuorten uusien suunnittelijoiden avulla on mahdollista katsoa eri tavoin muoti-instituution sisälle sekä sen ulkopuolelle. Lau esittää nuoret suunnittelijat toimijoina, joiden näkemyksiä raha ei vielä ohjaa, ja näkemykset eroavat tämän vuoksi perinteisistä muoti-instituution toimijoista.

Näin ilmaistuna köyhyys tekee luovasta työstä jollakin tavoin aidompaa, kun mainostajien tai rahoittajien tarpeita ei tarvitse kuunnella. Aihepiiri kytkeytyy tiukasti kaupallisuuden ja taiteen erilaisiin lähtökohtiin ja päämääriin: siihen, miltä pohjalta taidetta tehdään, ja voiko mikään kaupallinen lopulta olla taidetta. Taiteen ja muodin erona voidaan yleisesti nähdä muodin syklisyys, teollisuuden ja tuotannon ulottuvuudet, kaupallisuus sekä käytännöllisyys. Muodin objektit, vaatteet, ovat aina lopulta tarkoitettu puettaviksi. Käytännöllisyys ei ole taiteen tekemisen lähtökohta, ja tämä on nähty yhtenä kriittisenä erona muodin ja taiteen välillä. Taiteella ja muodilla voidaan kuitenkin nähdä olevan myös risteyskohtia, joista esimerkkeinä ovat muotivalokuvat sekä muotinäytökset, jotka voidaan parhaimmillaan nähdä performansseina tai yleisesti esittävän taiteen muotona. (Steele 2012, 13–25.) Kaupallisuus ja markkinointi nousee kuitenkin myös näissä tapauksissa ongelmalliseksi, mikäli näitä muodin osa-alueita haluttaisiin ajatella taiteena.

Tähän perustuva ajatus on osin myös Laun kritiikin taustalla. Epäusko isojen muotitalojen ja haute couturen kantaottavuutta kohtaan on tässä julkaisussa kriittisyysdiskurssin ydintä. Tuomalla esiin, miten nuoret köyhät suunnittelijat ovat aidompia, kritisoidaan samalla rahan ja kaupallisuuden vaikutusta suunnittelutyön aitouteen ja kriittisyyteen. Kun Singerin teksteissä vakavuusdiskurssi nousi esiin puhuttaessa vakavista aiheista esimerkiksi haute couture -muotitalojen mallistojen tai trendien taustalla, tuodaan tässä julkaisussa esiin sitä, miten vakavat aiheet ja kriittisyys voivat nousta esiin vain, jos raha ei ohjaa näkemyksiä, vaan ennemminkin luovuus ja halu sanoa jotakin. Näin todellinen kriittisyys yhdistetään Laun julkaisussa muodin taiteenomaisuuteen. Muoti on sitä lähempänä taidetta, mitä vähemmän kaupallisuus on tekohetkellä läsnä, ja sitä enemmän sillä on mahdollisuuksia näyttää tai sanoa jotakin aitoa.

Kun Singer nostaa esiin legitimoitujen muotisuunnittelijoiden inspiraation taustoja, tuo Lau tässä julkaisussa esiin nuorten, uusien suunnittelijoiden inspiraation lähteitä hyvin samanhenkisesti, ilman varsinaista kritiikkiä. Kritiikki kohdistuu kuitenkin tämän kautta isoihin muotitaloihin ja talouteen muodin vaikuttajana, joka nostetaan näkyvästi esille toisin kuin Singerin julkaisuissa, joissa taloudellinen puoli jätetään toistuvasti varjoon. Singerin kohdalla avainasemassa onkin se, mitä ei sanota: suurten muotitalojen rajoitukset jätetään mainitsematta. Lau tuo esiin julkaisussa Botterin ja Herrebrughsin kokoelman ja näkemyksen siitä, miten kulttuuria, omaa taustaa ja identiteettiä voidaan tarkastella muodin keinoin ja muodin kautta. Erona Singerin julkaisuihin on tässä se, miten esitellään toimijoita, joiden tausta oikeasti on siellä mistä inspiraatiota ammennetaan. Singer nostaa esiin vallankumouksia sekä tasa-arvoon liittyviä aihepiirejä lähinnä trendiajattelun kautta pohtimatta esimerkiksi kulttuurista omimista, suunnittelijoiden taustoja tai valkoisuutta muoti-instituutiassa.

Laun esittelemän malliston teemoina ovat sota muovia vastaan sekä kulttuuristen elementtien alkuperä, kierrätys ja pukeutuminen kulttuurisista juurista käsin:

”Mutta muovin vastaisen sodan taustalla Botter todella esittää muodille keskustelunavauksen, josta olen erityisen kiinnostunut – mitä tapahtuu, kun kulttuuri on syrjäytetty, siirretty ja palautettu juurilleen?’ Botterin ja Herrebrughin mallisto on migraation tuotosta: saarielämäntyyliä Curaçaolta ja Dominikaanisesta tasavallasta on siirretty Amsterdamiin ja myöhemmin Antwerpeniin, jossa heidän merkkinsä on perustettu. Botterin ja Herrebrughin mallistossa ei ole eksplisiittistä kritiikkiä, vaan ennemminkin avoin kysymys siitä, mitä tapahtuu, kun ihmiset

haluavat käyttää pukeutumistaan viestittääkseen perintöään maista, jotka ovat kaukana tämänhetkisestä kotipaikasta.”

Lainaus vertautuu kiinnostavasti Singerin näkemyksiin taustoittavissa julkaisuissa. Singerille muoti oli arvokasta itsessään silloin kun se on magiaa, eli toisin sanoen silloin kun se on haute couture -suunnittelijoiden luomaa. Lau julkaisussa nousee esiin kriittisyys pelkkää taianomaisuutta ja ulkonäköä kohtaan, ja muoti nostetaan arvokkaaksi, kun sillä on jotakin sanottavaa.

Kriittisyys muodin kiertoa ja kuluttamista sekä materiaalien käyttöä kohtaan on tässä tärkeässä osassa, kuitenkin hieman eri tavoin kuin Singerillä. Kun Singer painotti pitkäikäisyyttä klassisuuden ja haute couturen, muodin taiteen kautta, Lau tuo esiin konkreettisen kierrätysaspektin, josta Singer ei julkaisuissaan puhunut kertaakaan:

”Yksi tärkeimmistä erityisesti asustekategoriassa näkyneistä teemoista, joka tuotiin ensimmäisen kerran esiin Swarovskin sponsoroimana vasta viime vuonna Hyères Festivaalilla, oli tietenkin kestävä kehitys ja erityisesti uusio- ja kierrätysmateriaalit.”

Sponsorin maininta sinänsä tuo jälleen esiin muodin talouspuolta, mutta vielä kiinnostavampaa tässä on huomata, että kestävä kehityksen aatteiden sponsorina on merkittävä muoti-instituution vaikuttaja, Swarovski. Lau mainitsee myös, miten vasta viime vuonna teemat olivat näkyvästi esillä Hyèresissä, mikä osaltaan toimii kritiikkinä myöhäistä heräämistä kohtaan. Singerin teksteissä tärkeät muoti-instituution mahdollistajat, luonnonvarat sekä raha, jäävät täysin pimentoon, kun taas Lau tuo näitä tietyllä tavalla raaempia, konkreettisempia ja ehkä myös painostavampia aspekteja esille.

Myös kriittisyys muodin muutosta kohtaan on esillä Hyères-festivaalia käsittelevässä julkaisussa:

”Monimuotoisuus ja kuuluminen voivat tuntua kertakäyttöisiltä iskusanoilta kun muodilla on kiire täyttää kaikki vaatimukset ja ottaa huomioon ’hereillä oleva’ yleisö. Mutta kun nämä aiheet tulevat vastaan aidolla ja vilpittömällä tavalla, tulee ajatelleeksi näiden teemojen todellista vaikutusta [muoti]teollisuuteen sitten, kun uusi sukupolvi, ’muutoksen agentit’ (oma iskulauseeni, joka iskostui minuun kun kuuntelin Hannah Jonesin loistavaa puhetta Fashioned from Nature -näyttelyn yhteydessä Victoria & Albert -museossa viime viikolla), nousevat valtaan. Tämän vuoden Hyères-festivaalilla nämä nuoret muutoksen agentit tulivat kuulluiksi, kovaa ja selkeästi.

Tässä lainauksessa Lau luo hieman positiivisempaa kuvaa muodin mahdollisuuksista muuttua toimijoidensa kautta. Huomionarvoista tässä on, miten Lau esittää pääasiallisina muutoksen moottoreina juuri nuoret suunnittelijat, ja valaa uskoa muoti-instituution reuna-alueiden, ei sen varsinaisten vaikuttajien kautta. Tämä voidaan kääntää epäuskoksi suurien, legitimoitujen toimijoiden muutosvalmiutta kohtaan. Singerin vastakohtaksi julkaisu asettuu paitsi kriittisyyden, myös sen kautta, miten haute couture ja legitimoidut, suuret toimijat eivät saa ylistystä. Samalla Laun julkaisu on ylistys nuorille, uusille kyvyille, joita julkaisussa esitetään muutoksen agentteina ja joiden hartioille toive muodin paremmasta tulevaisuudesta kasataan. Lau tulee näin arvottaneeksi uudet toimijat muutosvalmiimpina, kriittisempinä ja aidompina kuin instituution vakiintuneet, legitimoidut toimijat. Argumentoimalla nuorten suunnittelijoiden oikeiden, aitojen ja hyvien arvojen puolesta, Lau nostaa nämä uudet kyvyt ”vanhojen” yläpuolelle, ja tulee samalla korostaneeksi perinteisten muoti-instituutioiden kalkkeutunutta roolia sekä siihen kytkeytyviä taloudellisia sekä kriittisyyttä rajoittavia kahleita, joita Singer ei julkaisuissaan mainitse.

4.2 Tavallisuuskurssi

Toinen Laun julkaisuista esiin nouseva diskurssi voidaan nimetä tavallisuuskurssiksi, johon kuuluu paljon lukijoihin samastumista, oman position määrittämistä tavalliseksi ihmiseksi sekä asioiden avoin ihmettely, ihastelu ja kummastelu sekä kysymysten esittäminen, ei vain kaikkivoipa tietäminen tai lukijoiden informoiminen ylhäältä päin. Tietty yhteys Laun positioon itsenäisenä toimijana instituution reunamilla on löydettävissä, sillä kommenttiansa perusteella Lau tuntee itsensä ulkopuoliseksi³³ ja on näin asemansa puolesta lähempänä tavallista lukijaa (Lau 2012). Tämä liittyy paitsi muoti-instituution ulkopuolella olemiseen, myös sen katsomiseen ulkopuolisen silmin. Tämä näkyy Laun teksteissä usein avoimena, rehellisenä ihmettelynä, ei oikeassa olemisen kautta. Tavallisuuskurssi liittyy myös kiinteästi autenttisuuteen ja aitouteen, joka on yksi blogien ja sosiaalisen median vaikuttajien tärkeistä rakennuspalikoista (Abidin 2018, 5–6).

Mikko Hautakangas ja Elina Noppari (2012, 62) tuovat esille, miten ylimielisyys ei ole bloggaajalle toivottavaa, ja miten vertaisuuden tunteen ylläpitäminen on tärkeää menestyvillekin bloggaajille. Yksi vertaisuuden tunteen ylläpitämisen keinoista on

³³ Lau (2012) mainitsee myös, miten fyysinen sijainti muoti-instituutiossa voi olla erilainen kuin tunne: Lau myöntää ”fyysisesti” olevansa muoti-instituution sisällä, mutta hänestä tuntuu silti ulkopuoliselta.

suora lukijoiden puhuttelu, ja toisaalta tavallisuuden vaikutelman luominen. Menestynytkin bloggaaja on ihminen, jonka ilot, surut ja huolenaiheet voivat olla lukijoiden kanssa yhteisiä (Hautakangas & Noppari 2012, 62–66). Lau näyttäytyykin malliesimerkkinä tavallisuuden, aitouden ja autenttisuuden kokemuksen luomisessa niin lukijoiden puhuttelun kuin myös julkaisuissa esiin nostettujen aihepiirien kautta.

Singerin tapaan myös Lau kirjoittaa ”Grandeur and Levity” -julkaisussaan Picciolista, Valentinon haute couture -mallistojen suunnittelijasta sekä itse mallistosta. Ensimmäisenä erona Singerin julkaisuun tässä on ajankohta. Laun julkaisu on päivätty tammikuulle 2018 ja julkaisu käsittelee Valentinon kevät/kesä-mallistoa, kun taas Singerin kirjoitus on julkaistu heinäkuussa, ja siinä esiteltävänä mallistona on Valentinon syksyn haute couture -mallisto. Singerin Valentino-julkaisussa oli huomattavan suuri paino siinä, miten haute couture eroaa valmisvaatteista selkeästi niin suunnittelu- ja valmistusprosessiensa kuin myös taiteellisten lähtökohtien ja ajallisuuden kautta. Lau ei julkaisussaan vertaa lainkaan haute couturea ja valmisvaatteita, vaan puhuu siitä, miten hän itse henkilökohtaisesti kokee näytöksessä esitellyt vaatekappalet:

”Joka tapauksessa, kihisin kateudesta. Koska kaikista lähiaikoina näkemistäni couturenäytöksistä tämä oli ainut, joka esitteli vaatteita, joita voin oikeasti ajatella käyttäväni raa’an ja yksitoikkoisen arjen keskellä. Kun olen menossa hakemaan Nikon³⁴ ruokaa... täytyy vain ensin asetella maksipituinen purppuranpunainen röhvelökietaisumekkonni kunnolla. Kun olen menossa postiin hakemaan palautuneita postejani... voisin pukeutua violettiin helmasta rypyttettyyn röhvelöhameeseen. Ja ehkä myös pudottaisin rönsyilevän seinäkasvin Philip Treacyn näytökseen suunnittelemastrutsinsulkahatusta samalla kun sulat leijailisivat ympäriinsä kovassa pohjoistuulella Miten Pierpaolo Piccioli onnistui vakuuttamaan niin monet meistä siitä, että näillä 1900-luvun puolivälin haalentunutta loistoa huokuvilla silueteilla on paikkansa vielä vuonna 2018?”

Lau kertoo lainauksessa, miten Valentinon couture -näytöksen vaatteet ovat sellaisia, joita hän itse voisi käyttää todellisessa elämässään. Näin Lau tulee yhdistäneeksi couturen nimenomaan tosielämään, kun taas Singerillä painotus oli vahvasti couturen ylimaallisuudessa ja siinä, miten couture ei liity reaali maailmaan. Toinen asia, miten Laun tavallisuusdiskurssi näkyy yllä olevassa lainauksessa, on se, miten Lau tuo oman kateutensa muodin sisäänostajia kohtaan esiin: ”Joka tapauksessa, kihisin tietysti kateudesta.” Lau tuntee kateutta, sillä ei todellisuudessa voi käyttää haute couture -

³⁴ Nico on Laun lapsi, joka on julkaisun kirjoittamishetkellä ollut noin vuoden vanha.

luomuksia jokapäiväisessä elämässään. Tässä Laun kateus tuo esiin toisaalta sen, miten haute couture on irrallaan arkielämästä, mutta toisaalta kateus yhdistettynä siihen, miten Lau kokee, että haute couture -luomukset voisivat olla osa hänen arkipäiväänsä mikäli olosuhteet olisivat toiset, linkittää haute couturen kiinteästi osaksi todellista ihmistä, arkea ja aikaa, jossa elämme.

Toisaalta näyttävä purppuranpunainen maksipituinen röyhelökietaisumekko vauvanruokaan yhdistettynä tai köynnöksellä koristeltu strutsinsulkahattu pohjoistuudessa tuovat mukaan tietyn absurdiuden, jonka kautta haute couturen erillisuus normaalielämästä korostuu. Tässä on näkyvillä bloggaajan autenttisuuden kaksisuuntaisuus. Lukijat haluavat toisaalta tietoa henkilön urasta, siitä, mikä asettaa tämän tavallaan lukijoiden yläpuolelle, toisaalta lukijalle on tärkeää kosketuspinta henkilön arkipäiväiseen elämään uran ulkopuolella (Kowalczyk ym. 2016, 346–347).

Kolmas näkökulma, joka avautuu Laun mainitseman kateuden kautta, onkin juuri samastuminen lukijoihin, joka kääntäen mahdollistaa lukijoiden samastumisen kirjoittajaan. Kokemus autenttisesta bloggaajasta on tärkeää bloggaajan suosion kannalta. Lukijat haluavat nähdä ja lukea ”todellisesta ihmisestä”, ei vain muiden yläpuolelle asettuvasta julkisuuden henkilöstä (Kowalczyk ym. 2016, 347) Tavallisuusdiskurssi näyttäytyy lainauksessa Laun kateuden kautta, sillä blogin lukijoista tuskin kovinkaan moni on pitänyt haute couture -luomuksia päällään. Muotiblogia seuraavina henkilöinä he kuitenkin ovat todennäköisesti kiinnostuneita muotimaailman tapahtumista, ja mahdollisesti joskus myös halunneet vaatteita, joita heidän on mahdotonta saada. Tämä asettaa Laun malliesimerkiksi myös tunteisiin samastumisessa, joka on tärkeä osa autenttisuuden vaikutelmaa. Kateuden tunteeseen samastuessaan lukija voi tuntea olevansa samalla aaltopituudella kirjoittajan kanssa, ja tätä kautta kirjoittaja näyttäytyy ihmisenä, ei vain julkisuuden henkilönä (Kowalczyk ym. 2016, 348)

Myös samasta julkaisusta poimittu toinen lainaus painottaa Singeristä poiketen mallistojen taustalla olevaa työtä, tavallisten ihmisten, taustajoukkojen, panosta malliston synnyssä. Kun Singerillä pääpaino oli suunnittelijan työssä ja auteurmaisessa olemuksessa, Lau tuo esiin ompelijattaret, jotka lopulta ovat valmistaneet mallistojen vaatteet:

”Mutta asia joka todella sinetöi jutun ja nosti pyörtymisvaikutuksen korkealle oli se, kun saimme kuulla miten joka ikinen siluetti oli nimetty yhden Valentinon Rooman ateljeilla työskentelevän ompelijan mukaan. Takahuoneesta löytyi kirjekuorten sisään laitettuja

ompelijoiden kirjoittamia muistiinpanoja, joissa he kertoivat, mitä kaikkea couture heille merkitsee. Olisinpa ymmärtänyt mitä he olivat kirjoittaneet. Heidän nimensä oli myös kirjoitettu seinälle, ja ne muodostivat yhdessä Valentinon V-kirjaimen. Picciolin ja ateljeehenkilökunnan suhde on selvästi sydämellinen. Herra Valentino itse nähtiin näyttämön takatiloissa halaamassa osaa naisista. He eivät ole käsityöläisiä, jotka ohjeistetaan ainostaan leikkaamaan ja ompelamaan. He saavat suunnatonta ylistystä työstään. Picciolin kerrotaan inhoavan termiä 'petites mains'³⁵. Olen itse syyllisten puolella siinä, mitä tulee näiden taitavien käsien fetisisointiin. Tämä näytös ehkä opetti minulle, että silloin kun voi tuntea sydämen sykkivän mallistolle, se sykkii, koska taustalla on aina vaivannäkö intohimoiselta ryhmältä ihmisiä, jotka kaatavat sielunsa saumoihin.”

Näkemyks on maanläheisempi Singerin näkemyksiin verrattuna. Lau osoittaa kunnioituksen käsityöläisille, ompelijoille, ei niinkään suunnittelijalle myyttisenä nerona. Lau viittaa aiemmassa lainauksessa myös suunnittelijan taitoon: ”Miten Pierpaolo Piccioli onnistui vakuuttamaan niin monet meistä siitä, että näillä 1900-luvun puolivälin haalentunutta loistoa huokuvilla silueteilla on paikkansa vielä vuonna 2018?” Huomattavaa on kuitenkin se, miten mallistoa kuvailevassa ja taustoittavassa jutussa pääosassa ei niinkään ole suunnittelija. Se minkä Lau näkee olevan hienoa muodissa, on oikeastaan ruohonjuuritaso ja käsityöläisten tekninen taituruus, joka tuo haute couturen konkreettisemmin kiinni tavalliseen elämään.

Tavallisuusdiskurssi on esillä myös Laun Chanelin haute couture -kuvauksia käsittelevässä julkaisussa ”Into Another Garden with Chanel”, jossa Lau on päässyt itse esittelemään Chanelin haute couture -vaatteita:

”Chanelin haute couturesta voidaan puhua. Sitten se voidaan nähdä kaukaa Style.comissa (lepää rauhassa...)³⁶. Sitten on näytöksiin osallistuminen ja tempautuminen mukaan lavan tapahtumiin, musiikkiin ja taianomaisuuteen, joka on myös lähellä kun vieraillee showroomeilla. Sitten on olemassa ateljeet, kustomoitujen asiakasvaatteiden ja niiden eteen tehdyn työn näkeminen, josta kiitos kuuluu 'pienille käsille'³⁷, jotka eivät ole vain käsiä työssään vaan käsityömiehiä ja -naisia, eläviä hahmoja, jotka suhtautuvat intohimoisesti työhönsä loistokkaiisiin iltapukuihin tai räätälintuotteisiin keskittyvillä työhuoneilla. Sitten on olemassa lähellä kuolemaa käyneitä, mutta lopulta pelastettuja ja elvytettyjä perinteisiä ateljeita, joissa

³⁵ Les petite mains (pienet kädet, käänös E.V.) -termillä viitataan haute couture -muotitalojen ompelijoihin, joiden ansiosta haute couture -luomukset lopulta näkevät päivänvalon. Haute couture -muotitalojen ompelijat ovat perinteisesti hyvin lojaaleja tietylle muotitalolle, ja tekevät usein koko työuransa saman muotitalon palveluksessa. (Core 2015.)

³⁶ ”Lepää rauhassa” -kommentilla viitataan siihen, ettei Style.com-sivustoa ole enää olemassa.

³⁷ Lau käyttää tässä termiä petite mains.

voi syödä silmillään haute couturen pintaa - asioita, jotka huokuvat numeraalisia arvoja. Tunnit, jotka ovat menneet kirjailun tekemiseen. Lukematon määrä paljetteja, kristalleja ja sulkia. Vaatekappaleen paino, kun se on koristeltu paljeteilla ja helmillä. Mekon volyyymi, kun se on pakattu täyteen saniaisenlehtiä. Olen uskomattoman onnekas, että saan olla tietoinen kaikesta yllä olevasta.”

Tämä julkaisu tuo uutta näkökulmaa Laun positioon muoti-instituutiossa. Täysin instituution ulkopuolinen ei varmasti olisi Chanelin näkökulmasta kiinnostava malli, joten tämä julkaisu itsessään asemoi Laun vahvasti muoti-instituution sisäpuolelle, ja jopa melko merkittävään asemaan. Singer painotti haute couturessa nimenomaan näytöksiä ja niiden sekä vaatteiden klassisuuden magiaa sekä sitä, miten haute couture on magiaa nimenomaan suunnittelijoidensa ja prestiisien, perinteisten muotitalojen kautta. Myös Lau mainitsee taianomaisuuden yllä olevassa lainauksessa, mutta hän linkittää tämän Singeristä poiketen käsityöläisyyteen ja vaatteiden valmistukseen, joka on täysin erilainen maailma muotinäytökseen verrattuna. Ero on selkeä Singeriin, joka ei julkaisuissaan puhu itse vaatteiden valmistusprosessista mitään. Singerille vaatteet ovat suunnittelijan luomia, ja niiden päätymistä suunnittelijan pöydältä näytöksiin on jätetty täysin pimentoon.

Tavallisuuskurssi on esillä edellisessä lainauksessa myös siinä, miten Lau puhuu omista kokemuksistaan muoti-instituutiossa. Lau kokee olevansa erityisen onnekas, sillä hän on päässyt näkemään haute couture -muotinäytöksiä sekä niiden taustoja: ateljeita sekä lukemattomia asuihin käytettyjä työtunteja. Tavallisuutta tässä henkii Laun kiitollisuus näitä mahdollisuuksia kohtaan ja ymmärrys siitä, etteivät nämä asiat ole kaikille mahdollisia. Laun maininta *Style.com*-sivustosta on myös tärkeä osoitus tavallisuuskurssin olemassaolosta, sillä helpoin (ja usein myös ainoa) kosketuspinta haute coutureen näyttäytyy monelle juuri verkkosivujen kautta. Tavallisuuskurssi on esillä myös seuraavassa lainauksessa, jossa Lau, *Style.com*-verkkosivuston maininnan tavoin, asettaa itsensä lähelle lukijaa:

”Vakavasti otettuna, on olemassa puhe couturesta ja sitten on coutureen pukeutuminen. Ja juuri coutureen pukeutuminen nostaa kanssakäymisen kerran niin yksityisen ja uhkaavan Chanelin haute couture -maailman kanssa aivan toiselle, tuttavalliselle tasolle.”

Lau kuvailee Chanelin haute coutureen pukeutumista kokemuksena, joka vie kanssakäymisen yleensä intiimin ja jopa pelottavan muotitalon kanssa uudelle, tuttavallisemmalle tasolle. Tässäkin merkillepantavaa on se, miten korkea muoti

tuodaan lähemmäksi konkreettista elämää ja ihmisten tapaa suhtautua siihen. Singer ei esittänyt korkeaa muotia uhkaavana tai etäisenä, mutta Laun esille ottama kuvaus istuu hyvin siihen, millaisena tämä usein näyttääytyy: omana etäisenä maailmanaan, jonka kanssa ulkopuolisen on mahdotonta päästä kosketuksiin.

Lau tuo itseään lähemmäs lukijaa myös seuraavassa lainauksessa:

”Tietysti täytyy mainita, että vaatekappaleet, joihin sain pukeutua, olivat mallikappaleita. Toisin sanoen prototyyppisiä, jotka ottavat tarkemmin määritellyn kustomoidun ja mahdollisesti hyvin muuttuneen muodon sitten kun ne saavuttavat couture-asiakkaan vartalon. Mutta suurin asia mitä sain mukaani tästä, vaikkakin hyvin lyhyestä kohtaamisesta (se kesti tunnin, jos ollaan tarkkoja...) näiden vaatekappaleiden kanssa, oli välitön euforiahuimaus, kun pääsin niin lähelle tämän mittakaavan kädentaitoa ja vaivannäköä. Kuten ’Wheeeeeeeee! Onko minussa näin paljon paljetteja?’ Tai ’Kuinka suureen massaahan kangasta minut on nyt kääritty?’”

Tässä Lau alleviivaa sitä, miten hänen käytössään olleet vaatteet olivat näytekappaleita, eivät hänelle varta vasten suunniteltuja, kuten todellisten couture-asiakkaiden tapauksessa. Lau erottautuu näin selkeästi haute couturen ostajista, ja tuo omaa asemaansa maanläheisemmäksi ja näin myös lähemmäs lukijoita. Laun käyttämän retorisen keinon kautta hänen oman erityisasemansa arvoa lasketaan alaspäin. Asemaa henkilönä, jolla on mahdollisuus pukeutua korkean muodin tuotteisiin lievennetään kertomalla, etteivät vaatteet ole muuta kuin näytekappaleita, eivät siis todellisia, henkilökohtaisten mittojen mukaan suunniteltuja haute couture -luomuksia.

Jatkoa tälle lukijoihin samastumiselle ja oman aseman ”tavallistamiselle” löytyy seuraavasta lainauksesta:

”Seuraava askel tietysti on, mikäli joskus tulen toooooooooodella rikkaaksi, puhelinsoitto Chanelin myyjälle ja yllättäen, ikioma Susie-mekko tilattuna suoraan ateljeelta saattaisi päätökseen tämän hieman epäuskottavan haute couture -matkan. Tietystikään tämä ei tule tapahtumaan aivan heti. Tämä pieni puutarhaseikkailu [Chanelin kuvaukset, joissa Lau oli mukana] märän ruohon tuoksuessa ilmassa voi myös yhtä hyvin olla huipennus. Niin, se on ihan ok minulle. Ohikiitävä kohtaaminen vain korostaa sitä, millaista haute couture oikeasti on.”

Tässä Lau tuo oman taloudellisen tilanteen esittämisen kautta itsensä lähelle tavallista ihmistä, jolla tuskin koskaan tulee olemaan mahdollisuutta hankkia haute couture -vaatteita itselleen. Lau maalaillee kuvaa yllättävästä rikastumisesta, joka käy helposti ihmisten mielessä, ja suunnittelee epätodennäköisen äkkirikastumisensa jälkeen soittavansa Chanelille ja tilaavansa juuri hänelle suunnitellun mekon. Haaveiden jälkeen

Lau palaa maan pinnalle toteamalla, ettei yhtäkkinen rikastuminen ole realistisesti näköpiirissä lähitulevaisuudessa ja toteaa, miten ”ohikiitävä kohtaaminen vain korostaa sitä, millaista haute couture oikeasti on.” Tässä hetkellisyys liitetään osaksi korkeaa muotia, mikä on kiinnostavaa suhteessa Singeriin, joka usein korostaa tähän liittyvää ajattomuutta klassisuuden sekä tiettyyn aikakauteen liittyvän sitoutumattomuuden kautta. Korkean muodin ja hetkellisyyden yhdistäminen toisiinsa liittyneekin tässä kokemukseen. Muotinäytöksissä asut ovat lavalla vain hetken, poistuen lyhyen hetken jälkeen takahuoneiden syövereihin, josta niitä eivät enää näe kuin harvat ja valitut.

Caroline Evans (2012, 9) kuvailee historiaa ja samalla myös muodin historiaa ja ajallisuutta labyrinttina enemmän kuin lineaarisena jatkumona. Tiedyt kohdat historiassa ovat joinakin hetkinä lähellä toisiaan ja aikajana voi myös kulkea taaksepäin, silti muodostaen uuden polun. Kun korkeaa muotia ajatellaan labyrinttinä, jokainen piste labyrintissa voidaan nähdä erityislaatuisena, vaikkakin se voi sijaita hyvin lähellä yhtä tai useampaa pistettä historiassa. Muodin kerrostuneisuudesta huolimatta yksittäinen mallisto tai vaatekappale on aina olemassa tietyssä ajassa, eikä tämä aika ole kaikille pitkä. Harvinaisuus toimii tässä vahvasti erityisyyden aikaansaajana. Haute couture on fyysisesti olemassa vain harvoille ja valituille, muille se edustaa niitä lyhyitä hetkiä, kun asut ovat esillä näytöslavalla tai mahdollisesti näyttelytilassa. Lauille tämä hetkellisyys oli todellisuutta myös asujen päällä pitämisen kautta. Lau sai pitää asuja päällään konkreettisesti vain lyhyen hetken, jolloin ne tuntuvat erityisemmiltä kuin vaatteet, joita on mahdollisuus pitää joka päivä.

Lainauksen kautta Lau myös samaistaa itsensä ”tavallisiin ihmisiin”, joilla ei ole mahdollisuuksia hankkia haute couture -vaatteita. Lau myös kuvailee kokemustaan kuin ”kuka tahansa meistä”, ja tuntee itsensä etuoikeutetuksi, kun saa pukea päälleen Chanelin haute couture -vaatteita. Singer ei mainitse julkaisuissaan olevansa etuoikeutettu, eikä myöskään samaista itseään lukijoihin, mikä voidaan nähdä tapana nostaa itseään lukijoiden yläpuolelle, saavuttamattomiin, lähemmäs korkean muodin saavuttamattomuutta. Singerin tapauksessa etuoikeutettu asema nousee kirjoittamisen tavasta, ei siitä, että tekstissä korostettaisiin suoraan sanallisesti kirjoittajan etuoikeutettua asemaa. Singerin teksteissä etuoikeutettu asema nousee diskursiivisesti rivien välistä, suoran maininnan kirjoittamatta jättämisen kautta, kun taas Laun tapauksessa etuoikeuden mainitseminen tuottaa diskursiivisen samastumisen. Singerin tekstit alleviivaavat sitä, miten normaalia ja eleeöntä esimerkiksi muotinäytöksissä käyminen hänelle on, ja miten tietyt asiat ovat hänelle normaaleja, miten hänen kuuluukin olla

tietyissä tilanteissa. Lau puolestaan ihmettelee, ihastelee ja kummastelee ympärillään tapahtuvia asioita, mikä asettaa hänet lähemmäs tavallista ihmistä, jolle korkean muodin parissa toimiminen ei ole arkipäivää.

Vaikka haute couturea ihaillaan ja se nostetaan jalustalle Laun Chanel-julkaisussa, erot Singeriin ovat silti merkittäviä. Lau tuo esiin omia onnen, hämmennyksen ja ihmetyksen tunteitaan suhteessa haute coutureen, eikä pidä sitä itsestäänselvyytenä. Lau tuo myös Singeriä enemmän esiin mallistojen taustoja muun kuin luovan neron, myyttisen suunnittelijan kautta nostamalla ompelijat ja lukemattomat vaatteisiin kuluneet työtunnit keskiöön myös silloin, kun puhutaan muotinäytösten taianomaisuudesta. Laun tapa taustoittaa asioita on ylipäätään hyvin erilainen kuin Singerin. Lau taustoittaa asioita usein itsensä ja omien henkilökohtaisten tuntemustensa kautta, mikä tuo häntä lähemmäs lukijaa.

Tavallisuuden paljastamisen voidaankin sanoa olevan Laun yksi retorisisista keinoista. Lau esittää realiteetit konkreettisesti ja puhuu avoimesti taustalla vaikuttavista tekijöistä. Yksi aitouden tunnetta ylläpitävistä elementeistä Laun julkaisuissa on juuri omien tuntemusten, pohdintojen ja ihmettelyn aiheiden tuominen julki. Näiden kautta Laun samastumispinta lukijoihin on suurempi kuin Singerin, jonka julkaisut jäävät etäisiksi vähemmän henkilökohtaisen kirjoitustyylin vuoksi. Myös lukijan puhuttelussa Laun retoriikka tuo lähelle. Lukijoita puhutellaan usein suoraan, kun taas Singerin julkaisuissa lukijaa ei varsinaisesti puhutella. Yksi havainnollinen esimerkki puhuttelun eroista on ”me”-sanan käyttö. Lau sisällyttää meihin itsensä ja lukijansa, Singer taas muotimaailman vaikuttajat ja muotinäytöksiin osallistuvat.³⁸

Laun julkaisussa ”Polle and Pompula Up Your Life” Lau paljastaa pitävänsä Uniqlosta, design-yhteistöistään tunnetusta japanilaisyrityksestä, joka ei edusta korkeaa muotia:

”Pitkän linjan Style Bubble -blogin lukijat tietävätkin jo Uniqlo-fiksaatiostani, joka alkoi jo silloin kun merkki ensimmäisen kerran rantautui tälle saarelle [Isoon-Britanniaan] tarjoten minulle silmiä hiveleviä vaatekerroksia jotka tasapainolevat hulluuden kanssa. Heidän [Uniqlon] mallistot ovat aina hairahtaneet yllätyksellisyyden puolelle – Undercoverin Jun

³⁸ Esimerkiksi julkaisussa ”Christian Dior” Singer käyttää me-muotoa viitatessaan muotinäytöksen katsojiin: *”Joillekin meistä sen päivän läsnäolijoista se [musta korkeakauluksinen takki] oli vaatekappale, joka puhui itsevarmimmin Chiurin vaateustaidoista ja hänen oikeutetusta asemastaan taianomaisen, mutta kuitenkin painavan perinnön ohjaimissa.”* Kts. s. 36.

Takahashista Carine Roitfeldin ja J.W. Andersonin kautta viimeisimpään julkistukseen, Tomas Maieriin, joka tulee työskentelemään Uniqlon Life Wear -konesptin kanssa.”

Uniqlon tuotteet ovat verrattain edullisia, ja sivustolta löytyy runsaasti erilaisia tarjouksia ja alennuskuponkeja tuotteiden ostoon. Uniqlon kohderyhmän voidaan sanoa olevan täysin eri kuin esimerkiksi edellä mainitulla Chanelilla. Vaikkakin Uniqlon design-yhteistyöt ovat suhteellisen nimekkäitä, ”Polle and Pompula Up Your Life” -julkaisussa yhteistyö on tehty Marimekon kanssa ja aiemmista yhteistöistä nimekkäimpiin kuuluu Alexander Wang³⁹, näyttäytyy Uniqlo silti tavallisille ihmisille suunnattuna, toisen tyyppisenä ketjuna kuin perinteikkäät haute couture -muotitalot. Jo pelkästään Uniqlon mainitseminen julkaisussa erottaa sen Singerin julkaisuista, joissa painottuivat perinteisten isojen muotitalojen haute couture sekä silloin tällöin myös valmisvaatteet.

Tavallisille ihmisille suunnatun merkin mukaan ottamisen lisäksi lainauksessa on tärkeässä osassa osin jo edelläkin käsitelty lukijoiden puhuttelu. Lau viittaa lainauksessa *Style Bubble* -blogin pitkäaikaisiin seuraajiin ja siihen, miten he jo tietävät Uniqlo-fiksaatiosta. Lau huomioi puhuttelun kautta lukijansa, ja tuo samalla itsensä lähemmäs lukijoita. Tavallisuusdiskurssi ilmenee myös siinä, miten Lau tuo esille henkilökohtaisia tunteitaan ja paljastaa henkilökohtaisen asian itsestään, tässä tapauksessa Uniqlo-fiksaation. Singerin etäännyttävässä kirjoitustyyliissä ei vastaavia henkilökohtaisuuksia, tunteita, fiksaatioita tai hämmennyksiä, mainittu lainkaan, mikä on linjassa edellä käsiteltyjen kirjoittamistyyliin liittyvien erojen kanssa.

Lukijoiden puhuttelusta ja henkilökohtaisten asioiden paljastamisesta hyvänä esimerkkinä toimii myös seuraava lainaus:

”Tärkeä huomautus: tiedän että blogini on ollut aika horroksessa, ja on vaikea muistaa milloin edes julkaisin viimeksi. En ole varma mikä sai minut repimään ajatukseni pois vauvan oksennuksen/liman/ruuan luuttuamisesta ja istumaan alas ja todella kirjoittamaan. Mutta... siirtyäkseni toiseen asiaan, olen uusimassa blogiani joten en tullut vain yksittäiselle, harvinaiselle käynnille kirjoittamaan tuhat sanaa. Uusi vuosi, uusi minä ja niin edelleen... Pahoittelut vain siitä, että piti aloittaa vuosi 2018 näin synkillä ja sameilla ajatuksilla.”

Lau pahoittelee lainauksessa sitä, ettei ole pystynyt kirjoittamaan säännöllisesti eikä edes muista, milloin on julkaissut jotakin viimeksi. Samalla Lau tulee luoneeksi katsauksen omaan arkielämäänsä vauvan kanssa, mikä on tehokas keino tuoda

³⁹ Wang on vuonna 1983 syntynyt amerikkalainen muotisuunnittelija, joka on työskennellyt Balenciagan luovana johtajana 2012–2015, voittanut useita kansainvälisiä palkintoja ja luonut omaa nimeään kantavan muotimerkin. Kts. lisää *The Business of Fashion* (2018b).

kirjoittaja lähemmäksi lukijaa. Lau luo lisäksi metatason katsauksia omaan toimintaansa sekä kyseessä olevaan julkaisuun että koko blogiin liittyen. Lau kertoo bloginsa uudesta ilmeestä ja pahoittelee #metoo-aiheisen julkaisun synkkää ilmettä. Singerin yleisjournalistisempi kirjoitustapa, jossa objektiivisuus on suuressa roolissa (O’Sullivan 2012, 40) ei mahdollista oman kirjoittamisen arviointia kirjoituksessa itsessään. Laun kirjoitustyyli mahdollistaa kuitenkin omien sanojen pohdinnan välittömästi niiden kirjoittamisen jälkeen, mikä luo kuvaa tekstistä enemmänkin tajunnanvirtana kuin harkittuna ja loppuun asti viilattuna kokonaisuutena. Kirjoittajan oman äänen kuuluessa selkeästi on helpompi nähdä ihminen tekstin takana.

4.3 Kehodiskurssi: yksilön keho suhteessa muotiin

Kehodiskurssi ilmenee Laun julkaisuissa vahvasti tämän oman kehon kautta, sillä lähes kaikissa⁴⁰ julkaisuissa Laun oma keho on esillä kuvissa. Laun julkaisujen kirjoittajan persoonaa korostavan tyyllisen ominaisuuden kautta myös Laun keho nousee merkittäväksi kehodiskurssiksi. Laun oman kehon kautta kehodiskurssi on läsnä myös muuten hyvin kuvailevissa ja esittelevissä, jopa mainosmaisissa julkaisuissa ”Wave On” ja ”Dark Disney”. Laun keho itsessään liittyy kuitenkin nämä julkaisut osaksi kehodiskurssia, niitä tapoja ja käytänteitä, joilla kehoa muoti-instituutiosta käsitellään. Artikkelien kuvasisältö koostuu suurimmaksi osaksi Laun kokovartalokuvista, mutta mukana on myös muutama vyötärörajaus. Kuvissa Laulla on päällään tietyn yhteistyökumppanin vaatteita. ”Wave On” -julkaisussa vaatteet ovat House of Hollandin vuoden 2018 kevät-kesä -mallistosta ja ”Dark Disney” -julkaisussa Coach-merkin Disney-yhteistyömallistosta. Julkaisut itsessään lähestyvät Singerin esittelevää ja raportoivaa tyyliä enemmän kuin kriittisyyttä, jota Laun osalta käsiteltiin edellä kriittisyysdiskurssin yhteydessä. Kuitenkin jo Laun keho itsessään muodostaa eron Laun ja Singerin julkaisujen välille kahdestakin eri näkökulmasta. Lau esiintyy kuvissa itse toisin kuin Singer, eikä Lau aasialaistaustaisena henkilönä edusta kuvissaan myöskään perinteistä länsimaalaista valkoisuuden ihannetta, joka nousi esille Singerin julkaisuissa.

Phamin (2013, 245) mukaan Lau on toimija, joka ei ole itse ottanut esille asemaansa esimerkillisenä muoti-insituution toimijana, vaan asema on ulkoapäin, muiden toimesta rakennettu. Tämä havainto on linjassa Laun oman kokemuksen kanssa, sillä Lau on

⁴⁰ Viisi kahdeksasta julkaisusta perustuu Laun omille kuville: ”Polle and Pompula Up Your Life”, ”Into Another Garden with Chanel”, ”Spring Snow Sprung”, ”Wave On” ja ”Dark Disney”.

selkeästi painottanut olevansa muoti-instituution ulkopuolinen toimija. Näissä tarinoissa on kyse Phamin (2013, 246) mukaan siitä, miten Lausta on rakennettu ihanteellinen uusliberaaliin ajattelutapaan istuva subjekti: itsenäinen ja omaperäinen stylisti, aktiivinen sosiaalisen median käyttäjä sekä kuluttaja. Pham (2013, 245) puhuu myös siitä, miten tietynä aikana suosioon vaaditaan tiettyjä ominaisuuksia, ja nämä ominaisuudet ovat aina aikakausiriippuvaisia. Yksi syistä, jotka ovat mahdollistaneet Laun suosion, on Phamin (ibid.) mukaan se, miten nuorten aasialaisten naisten merkitys on kasvanut huomattavasti digitalouden tuottajina ja kuluttajina.

Phamin ajatukset liittyvät kiinteästi Laun julkaisujen kautta nousevaan kehodiskurssiin, siihen, millainen keho voi nykyään olla suosittu. Pham (2013, 255) nostaa esiin Lauhun liittyviä ominaisuuksia, joiden kautta suosio on ollut mahdollinen. Phamin mukaan Laussa on sopiva sekoitus samanlaisuutta ja erilaisuutta länsimaisesta näkökulmasta⁴¹, mikä on yksi Laun suosion mahdollistaneista tekijöistä. Lau on persoonallinen mutta erityinen, tuttu mutta kuitenkin universaali. Erilaisiksi piirteiksi Pham nimeää Laun etnisen taustan sekä sosiaalisen sukupuolen⁴², ja tuttuutta tuoviksi ominaisuuksiksi englannin äidinkielenä, eurooppalais-amerikkalaiset kulttuuriset viittaukset, brittiläisen kansallisuuden sekä tyyllillisen persoonan.

Edellä mainituista varsinaiseen kehodiskurssiin liittyvät erityisesti etninen tausta, sosiaalinen sukupuoli sekä tyyli, mutta myös kulttuuriset viittaukset välittyvät kuvissa usein Laun kehoa verhoilevien vaatteiden kautta. Kuten edellä omissa huomioissanikin on todettu, myös Pham (2013, 255-256) nostaa esille, miten Laun julkaisuista ei löydy neuvovaa ja kauden trendejä esittelevää otetta, ja miten Lau ei nosta tuskin koskaan esille perinteisiä korkean muodin merkkejä, vaan tuo esiin nousevia itsenäisiä suunnittelijoita ja vähemmän tunnettuja yrityksiä. Lau tulee samalla vastustaneeksi monia perinteisiä sääntöjä muotiin, tyyliin, makuun ja kauneuteen liittyen. Tämä on näkyvillä myös kehodiskurssin tuonemmissa esimerkeissä. Pham (ibid.) huomioi tyyllillisen erilaisuuden lisäksi myös Laun etnisen ulkopuolisuuden länsimaalaisen muodin näkökulmasta.

Tyyllillinen ja etninen eroavaisuus ovat selkeästi esillä myös ”Wave On” - ja ”Dark Disney” -julkaisujen kuvissa, joissa etninen eroavaisuus ilmenee selkeästi kasvopiir-

⁴¹ Länsimainen näkökulma on Phamilla erityishuomioissa, sillä vuonna 2010 suurin osa Style Bubblen lukijoista sijaitsi Yhdysvalloissa ja seuraavaksi eniten lukijoita oli Iso-Britanniassa (Pham 2013, 246).

⁴² Pham (2013, 255) käyttää termiä *gender*.

teiden ja Phamin (ibid.) esiin nostaman perinteisen itäaasialaisen, lähes muuttumattomana säilyneen hiustyylin vuoksi. Tyyllinen erilaisuus näkyy paitsi kuvien yllättävissä asuyhdistelmissä, myös neuvovan otteen puuttumisena itse tekstissä. Lau esittelee ajankohtaisia mallistoja ilman mainintaa ”pakko saada tänä keväänä”, mikä osaltaan henkii kestäväää ajattelua vaatteiden ostoon liittyen. Lau tuo blogissaan oman habituksensa⁴³ kautta esiin kehodiskurssin, josta voidaan nostaa esiin perinteisen muodin kuvaston ja kehojen vastustusta. Toisaalta Laun kehon malli sinänsä ei poikkea muoti-instituutiossa yleisesti hyväksytystä. Lau ei ole anorektinen, mutta hoikkuutensa kautta kehon malli asettuu saumattomasti yhteen muoti-instituutiossa vallitsevan hoikkuuden ihannoinnin kanssa (Mears 2010).

Kun Singerin julkaisuista löytyvässä kehodiskurssissa korostui ajatus muodista harvojen etuoikeutena, on Laun kehodiskurssista löydettävissä ajatus siitä, miten muoti kuuluu kaikille, ja miten muodin kehot eivät ole ensisijaisesti muodin kehoja, vaan todellisten ihmisten kehoja. Joanne Entwistle (2000, 39) toteaa jokapäiväisen pukeutumisen ymmärtämisen koostuvan kahdesta eri ulottuvuudesta. Kehon esittäminen ja diskurssit muoti-instituution sisällä muodostavat yhden ulottuvuuden. Toinen ulottuvuus on se, miten keho ja siinä eläminen koetaan sekä se, millainen rooli pukeutumisella on kehon ja itsen esittämisessä. Kun Singerin julkaisut painottuivat paljolti kehon esittämiseen ja diskursseihin, toivotunlaisiin, upeisiin kehoihin muoti-instituution sisällä, Laun julkaisuissa nostetaan esiin kehon rooli juuri siinä elävän yksilön kokemusten kautta. Esimerkiksi julkaisussaan ”Hollywood’s Favorite Detox Resort Launches a Delicious Vegetarian Cookbook” Singer nosti esiin, miten toivotunlaisen kehon saavuttaminen tuottaa itsessään hyvän kokemuksen kehosta ja siinä elämisestä ja miten timmiyden ja hoikkuuden kautta voidaan saavuttaa myös rauhallinen olotila. Lau puolestaan nostaa esiin muotimaailman ongelmia suhteessa kehoihin ja niiden nimeämiseen sekä sen, miten keho koetaan, miten siinä eletään ja mitä pukeutuminen yksilön näkökulmasta merkitsee.

Muodin ja muotimallistojen tapoja nimetä ja lokeroita kehoja pohditaan seuraavassa lainauksessa, joka on poimittu Laun Hyèresin muoti- ja valokuvafestivaalia käsittelevästä julkaisusta ”Right Hyères, Right Now”:

⁴³ Käytän tässä Bourdieun (1994, 95) *habitus*-käsitettä Entwistlen (2000, 36–37) näkemysten kautta: habitus yhdistää kehon ja sen suhteen ulkopuoliseen sosiaaliseen maailmaan. Tietynlainen habitus liittyy tiettyyn ryhmään, Bourdieulle tiettyyn yhteiskuntaluokkaan kuulumiseen. Lisäksi habitus on enemmän kuin vaatteet: käsite kattaa yksilön olemuksen, johon kuuluvat vaatteiden lisäksi esimerkiksi kasvot ja asennot.

”Epäröin käyttää ’plus size’ -termiä ja niin tekee myös Manas, mutta hänen mallistonsa ’Big Again’, jota esittelivät ajatuksella rekrytoidut epätyypilliset, kaiken kokoiset mallit, kytkeytyy selvästi tähän problemaattiseen terminologiaan. Itse asiassa, Manas haluaa suunnitella vaatteita laajalla kokotaulukolla aina koosta (FR) 34 kokoon 50.”⁴⁴”

Lainauksessa puhutaan suunnittelija Ester Manasin⁴⁵ mallistosta, jota esittelivät ”tarkoin valitut, epätyypilliset, kaiken kokoiset mallit”. Lau tuo lainauksessa esiin sitä, miten hän epäröi termin ”plus-size”⁴⁶ käyttämistä, kuten myös Manas. Lau tuo kuitenkin lainauksessa esille terminologiaan liittyvän problematiikan. Manasin mallistoa ei ole nimetty termillä ”plus-size”, mutta ”Big Again” on myös osa kehoihin liittyvien termien ja tätä kautta myös muodin kehojen problematiikkaa. Manas suunnittelee vaatteita kokonumeroille 34-50, mikä on todella laaja skaala moniin muihin suunnittelijoihin verrattuna⁴⁷. Kuitenkin sanan ”iso” käyttäminen malliston nimessä suuntaa ajatuksia problemaattiseen ”plus-size”-ilmaisuuksiin. Erona Singerin julkaisuihin tässä voidaan pitää koko kontekstin, nuorten itsenäisten uusien ja myös ainakin toistaiseksi ”nimettömien” suunnittelijoiden esittelyn lisäksi sitä, miten kehoista ylipäättään puhutaan. Singer mainitsi julkaisuissaan esimerkiksi, miten tiettyjä vaatteita ei pueta siksi, että näytettäisiin hoikemmalta tai seksikkäämmältä, mutta kannanottoja tavanomaisiin muodin kehoihin liittyen ei Singerin julkaisuista löydy.

Muoti tuodaan Laun julkaisussa lähelle inhimillisyyttä, konkretiaa ja ihmistä kehojen kautta seuraavassa lainauksessa:

”Mallistoni on todistus. Se on 12:sta tytön kanssa käytyjen keskustelujen tulos. Olin liikuttunut, sillä mielestäni kaikilla pitäisi olla oikeus unelmoida ja nähdä itsensä sellaisessa asukokonaisuudessa, joka luonnehtii kantajaansa. Vaatekappale voi muuttaa henkilön käytöstä. Kun ostetaan vaatteita, halutaan antaa viesti omasta itsestä, olla osa ryhmää, mutta myös tuntee hyvää oloa. Kaikenlaisilla kehoilla pitäisi olla mahdollisuus odottaa tällaista oloa vaatteilta. Kaikki kankaat [mallistossa] ovat suhteessa ihoon ja kehoon, ja ne edustavat niin elastisuutta ja valovoimaa kuin myös rosoisuutta ja virheitä. Joskus itse iho toimii asuna, joskus ihon muodostama kokonaisuus on jatkettu kankailla, jotka luovat uusia kerroksia vuorovaikutuk-

⁴⁴ Lau käyttää kokojen maininnan yhteydessä merkintää FR, joka viittaa ranskalaisen ja samalla eurooppalaisen mitoituksen mukaiseen kokotaulukkoon.

⁴⁵ Manas on ranskalais-belgialainen, vuonna 2018 Brysselissä sijaitsevasta *La Chambre* -muotikoulusta valmistunut suunnittelija. Kts. lisää Tack (2018).

⁴⁶ *Plus-size* (eng.) termillä viitataan standardimitoitusta suurempiin kokoihin, yleensä FR/EU kokoa 46 suuremmat koot. Kts. lisää Downing Peters (2014).

⁴⁷ Downing Peters (2014, 56) nostaa esiin, miten isoja kokoja ei yleensä edes pidetä muotina, koska arvostetut muotisuunnittelijat eivät suunnittele niitä. Tämän vuoksi Manasin kokoskaalaa on pidettävä erityisenä.

nessa [peittävän pukeutumisen] haarniskasta jäljelle jääneen jäykkyyden kanssa. Ajattelen, että tämä mallisto on kaikille. Naisten iho ja keho ovat olemassa enemmän kuin koskaan aiemmin.”

Edellä käsiteltyä tavallisuuskurssia lähentyvällä tavalla Lau nostaa lainauksessa esiin sen, mitä muodin välineet, vaatteet, loppujen lopuksi ovat. Manasin suunnittelema mallisto on ”todistajanlausunto”, ja malliston taustalla ovat keskustelut kahdentoista tytön kanssa. Manas puhuu lainauksessa myös siitä, miten jokaisella tulee olla oikeus unelmoida ja nähdä itsensä omalta tuntuvassa ja itseään määrittelevässä asukokonaisuudessa. Tästä löytyy vahva yhteys muodin luettavuuteen ja muotiin kielenä. Mikäli persoonaa voidaan määritellä pukeutumisen kautta, pitää pukeutumisessa olla jotakin, mikä viestii tietynlaisia ominaisuuksia. Muodin koodisto on heikkoa koodistoa, jota ei voida lukea täysin kielen tavoin, mutta josta kuitenkin voidaan löytää kielen (tai kuvan) kaltaisia osasia, jotka muodostavat kokonaisuuden, jota voidaan tulkita (Eco 1976, 214). Tärkeää tässä ajatuksessa on, miten pukeutuminen linkittyy kehoon, ja pukeutuminen ja keho yhdessä muodostavat tietynlaiset kehykset sosiaaliselle tulkinnalle. Pukeutumista ei olisi ilman kehoa, joka puetaan. (Entwistle 2000, 9–10.)

Manas tuo esiin myös sen, miten vaatetus voi muuttaa henkilön käyttäytymistä, jolloin pukeutuminen ja keho linkittyvät erottamattomasti toisiinsa. Vaatetus on aina yhteydessä kehoon (Entwistle 2000, 6–7), ja tätä kautta lähinnä kehoamme oleva ulkopuolinen asia. Tämän vuoksi muoti koetaan herkästi itseilmaisun keinona ja jopa pakkona. Alastomuus on sopimatonta lähes kaikissa sosiaalisissa tilanteissa (ibid.), joten sitä ja sen luomia merkityksiä ei kukaan pääse pakoon. Kehodiskurssin kannalta tärkeää on se, miten Manas mainitsee itseilmaisun pukeutumisen kautta kaikkien oikeudeksi. Tämä on ristiriidassa Singerin julkaisuista löydetyn kehodiskurssin kanssa, jossa hyvin selkeästi vain tietynlaiset kehot ja tietynlaiset asut nähtiin oikeanlaisina ja toivottavina. Ajatus siitä, että muoti kuuluu kaikille, on kiinnostava. Myös Singerin julkaisujen pohjalta voidaan todeta, että muoti kuuluu jossain määrin kaikille. Singerin kohdalla tärkeäksi nousi kuitenkin arvottaminen: kaikki muoti ei kuulu kaikille, ja on olemassa selvä ero esimerkiksi oikean (korkean) muodin ja valmisvaatteiden välillä.

Manas puhuu lainauksessa myös siitä, miten tiettyjen vaatteiden valintaan liittyy aina viesti ulkomaailmaan ja samalla viite tiettyyn ryhmään kuulumisesta. Tässä kaikuvat vahvasti erottautumisen ja kuulumisen ulottuvuudet. Pukeutumisen kautta sekä erottaudutaan muista, että halutaan osoittaa tiettyyn ryhmään kuulumista (Entwistle 2000, 138). Merkillepantavaa lainauksessa on kuitenkin, miten muotia ja pukeutumista

arvotetaan ainoastaan henkilökohtaisen kokemuksen perusteella: pukeutumista voidaan arvottaa vain hyvän olon kautta. Tässä päästään lähelle muodin ja pukeutumisen erojen pohdintaa ja sitä, miten kaikki vaatteet eivät ole muotia (Jones 2006, 5). Kiinnostavaa Manasin kommentissa onkin se, miten myös muodin ja ei-muodin arvottaminen unohtuu täysin, mikä on täydellinen vastakohta Singerin julkaisuista kumpuavan viestin kanssa. Tärkeäksi Manasin kommentissa tunnistetaan vaatteen kantaja, keho, ei se, mikä on oikeaa muotia ja mikä ei.

Seuraavassa lainauksessa Lau tuo selkeästi esiin muodin oikeanlaiset ja hyväksyttävät kehot jotka muodostavat muoti-instituutiossa vallitsevan kehonormin:

”Tässä kuvaportfoliossa Manasin naisryhmä kohoaa katsojan edessä näyttävänä lihan ja kankaan yhdistelmänä. Korut hohtavat kilpaa naisten elastisen ihon muodostamien ihopoimujen [makkaroiden] kanssa. Manas on tehnyt kauneutta siitä, mikä yhteiskunnassamme yleensä ymmärretään ja katsotaan makkaroiksi, ja ylipäätään hänen mallistonsa avaavat kokonaan uuden näkymän siihen, miten suuriin kokoihin suhtaudutaan muodissa – miksi rajalliset vaihtoehdot suurissa kokonumeroissa ovat yhä itsepintaisesti suuria telttoja ja tunikoita, miksi oletusstrategiana on peittäminen, piilottaminen ja litistäminen niin, että hoikkuuden saavuttaminen näyttäytyy ensisijaisena päämääränä?”

Lau kuvailee, miten Manas on onnistunut luomaan kankaista ja kuvien naisista näyttäviä, muhkeita yhdistelmiä, ja miten korut kimaltelevat kilpaa vatsamakkaroiden kanssa. Manas on onnistunut tekemään kaunista yleisesti kauneuskäsitteen ulkopuolella olevista yksityiskohdista, ihopoimuista. Tätä kautta Lau pureutuu kysymykseen siitä, mikä on kaunista ja hyväksyttyä muoti-instituutiossa, ja kenelle muodin oikeastaan voidaan katsoa kuuluvan. Suuremmilla mitoilla tehtyjen vaatteiden valikoimat ovat usein rajoittuneita ylisuuriin telttoihin ja tunikoihin, joiden ensisijaisena tehtävänä on peittää, piilottaa ja kaventaa. Suurien kokojen pääasiallisten tehtävien kautta Lau päätyy pohdintaketjussa hoikkuuteen muodin ensisijaisena päämääränä.

Erona Singeriin tässä on se, miten ajatus toivotunlaisesta kehosta asettuu kontekstiin julkaisun muiden elementtien kanssa. Singer yhdisti hoikkuuspäämäärän valmisvaateteollisuuteen ja -mainontaan, ei korkeaan muotiin, muttei silti näyttänyt julkaisuissaan kuin hyvin yhden kaavan mukaisia, hoikkia, valkoisia kehoja. Lau puhuu kriittisesti muodin hyväksytyistä kehoista ja termeistä kuten ”plus-size” sekä niihin liittyvistä arvottamisen kysymyksistä yhdistäen keskustelun hyvin konkreettisesti vaatteiden valmistukseen. Hän tuo esiin, millaisia suurempien kokojen vaatteet ovat sekä mitä niiden oikeastaan odotetaan tekevän ja miksi. Pohdinnan tukena Laun julkaisuissa,

toisin kuin Singerin, kuvat tukevat kriittistä näkemystä. Laun julkaisun kuvissa todella on monen kokoisia malleja useista erilaisista taustoista. Laun julkaisu puhuu vahvasti muodin moninaisuuden puolesta, eikä ole ristiriitainen kuvamateriaalin kanssa kuten Singerin julkaisut. Yksi syy tähän saattaa olla Laun oma tausta. Laun kokemus asemastaan legitimoidun muoti-instituution ulkopuolisena asemoi hänet samalla perinteisen länsimaalaisen, valkoisuuteen perustuvan instituution ulkopuolelle. Valkoisuuden arvottaminen muita korkeammalle on syvällä muoti-instituution rakenteissa, ja arvottaminen tapahtuu usein tiedostamatta (Mears 2010), jolloin mahdollisesti ei-valkoisen muoti-instituution reunalle sijoittuvan henkilön on helpompi huomata asia ja tuoda se esille.

Epätasa-arvon esilletuominen on Laulla myös hyvin eri tyyppistä kuin Singerillä. Kun Singerin vakavien aiheiden esilletuominen yhdistettiin tulevien trendien ja uusien mallistojen esittelyihin sopivaksi, ei Lau mainitse trendejä tuodessaan epäkohtia esiin. Myös kehodiskurssi liittyy tässä kiinteästi Laun julkaisuista esille nousseisiin muihin diskursseihin: tavallisuuskurssiin sekä kriittiseen diskurssiin, jossa muoti-instituution ongelmakohtia tuodaan esille ilman keveysdiskurssin läsnäoloa. Laun tyyli kirjoittaa on lähellä lukijaa jo edellä mainittujen puhuttelujen ja oman itsensä inhimillistämisen kautta, mutta myös konkreettinen aiheeseen tarttuminen ja muoti-instituution selittäminen lukijalle on maanläheisempää kuin Singerillä. Tästä pohdinnasta nousee mielenkiintoinen kysymys bloggaajan ja toimittajan rooleista tämän päivän muoti-instituutiosta. Bloggaaja voidaan nähdä tässä muoti-instituution, sen tapahtumien ja arvojen kriittisenä avaajana ja välittäjänä, kun taas toimittaja, tässä tapauksessa Singer, toimii välittäjänä, mutta ennemminkin muoti-instituution sisällä. Laun julkaisuissa muoti-instituutio tuodaan lähelle ketä tahansa lukijaa, kun taas Singerin teksteissä on nähtävissä pyrkimys ylläpitää korkean muodin asemaa ja tätä kautta myös omaa asemaansa.

Singerin tavoin myös Lau tuo esiin iän ja nuoruuden tematiikkaa, kuitenkin taas hyvin erilaisesta näkökulmasta:

”Toinen tutkielma kauneusihanteiden ilmenemisestä oli Eva O’Learyn kuvasarja, joka voitti Bettina Rheimsin⁴⁸ johtaman juryn päätöksellä Grand Prix -palkinnon valokuvasarjassa. Hänen kuvasarjansa ’Spitting Image’, jossa kuvataan 15-vuotiaita tyttöjä ja heidän suhtautumistaan omiin peilikuviinsa puoliläpäisevän peilin kautta, on vangitseva.”

⁴⁸ Bettina Rheims on ranskalainen nykyvalokuvaaja, joka on keskittynyt mainos- ja taidekuviin ja tunnettu erityisesti eroottisista naiskuvistaan. Artnet.com (2018).

Lau tuo lainauksessa esiin valokuvasarjan voittajan Eva O’Learyn kuvasarjan, jossa 15-vuotiaita tyttöjä ja heidän reaktioita omiin peilikuviinsa on kuvattu puoliläpäisevän peilin lävitse. Nuoret tytöt voidaan nähdä ryhmänä, jonka identiteetteihin ja itsetuntoon muoti ja varsinkin muotimarkkinointi voi vaikuttaa haitallisesti (Apeageyi 2008, 9). Kuvasarjasta löytyy myös yhteyksiä peilselfie-kuviin⁴⁹, tässä vain hieman erilaisesta näkökulmasta. Kuvan ottaja ei esiinny kuvassa itse, mutta muut peilselfien elementit ovat läsnä. Puoliläpäisevä peili tuo esiin peiliin katsomisen oletuksen. Peiliin katsoessa voidaan poseerata ja käyttäytyä samalla tavoin kuin katsoisimme kameraan, mutta toisaalta peiliin katsomisessa on aina läsnä tietty oletus yksityisyydestä, siitä, ettei peilin takana todellisuudessa ole ketään. Kehodiskurssi muodostuu lainauksessa vahvimmin juuri kuvasarjan ja sen taustojen esilletuomisen kautta.

Muotitoimittajalla, kuten myös blogin kirjoittajalla, on valta tuoda esiin ja vaieta (Kawamura 2011, 30), ja tässä yhteydessä esiin tuotu kuvasarja sijoittuu mielenkiintoisesti osaksi kehodiskurssia. Kuvasarjan nimi ”Spitting Image” kantaa samaa nimeä kuin brittiläinen satiirisarja *Spitting Image*⁵⁰, jossa poliitikkoja ja julkisuuden henkilöitä kritisoi näitä esittävien nukkejen avulla. Tässä sekä kritisointi että nuket voidaan yhdistää O’Learyn kuvien tyttöihin ja esimerkiksi selfiekulttuurin arvosteluun. Nuoret naiset toimivat muoti-instituutiossa nukkeina, joihin kohdistuu myös huomattava määrä kritiikkiä.

Toisaalta kuvasarjan nimi toimii fraasina, joka tarkoittaa samannäköisyyttä. Peilikuva on samannäköinen kuin todellinen ihminen, mutta se ei kuitenkaan ole täysin sama. Tässä voidaan nähdä myös viittaus kuvan ja todellisen ihmisen eroon, sillä kuva ei koskaan ole täysin yhtä elävän, todellisen ihmisen kanssa. Tämä yhdistettynä selfiemäiseen intiimiyteen ja toisaalta puoliläpäisevän peilin kautta tämän intiimiyden tirkistelyyn⁵¹ tuo oikeat, konkreettiset, elävät kehot lähelle blogin lukijaa. Vaikka Lau ei itse analysoi kuvasarjaa tarkemmin, hän kuvailee sitä teoksena, jolla on erikoinen voima kiinnittää katsojan huomio. Tämä kiteyttää Laun näkemän ylimaallisen voiman suhteessa Singerin ylimaallisuuteen, taianomaisuuteen. Singerille magia on jotakin yläpuolella olevaa, korkeaan muotiin liittyvää, kun taas Laulle magiaan liittyy muodin ja tavallisten ihmisten yhteydet.

⁴⁹ Peilselfie (eng. m. *bathroom selfie*, *peilin kautta otettu omakuva*) on selfiekuvien alakategoria, peilin kautta otettu kuva itsestä älypuhelimien etukameralla. Kts lisää Marwick 2015.

⁵⁰ Suom. *Sylkiäiset*, kts. lisää imdb.com (2018).

⁵¹ Kts. lisää tirkistelystä ja toisen katseen alla olemisesta Seppänen (2001, 110–116).

5. Lopuksi

Kriittinen diskurssianalyysi osoittautui toimivaksi tavaksi nostaa esiin arvoja ja asenteita tekstien takaa, rivien välistä. Diskurssianalyysin kautta pystyttiin löytämään tekstien pinnallinen samankaltaisuus, mutta myös erottamaan kirjoittajien hyvinkin erilaisia tapoja käsitellä samoja aihepiirejä. Koen diskurssianalyysin toimivana kehikkona muotimaailman tekstien tarkastelussa, vaikkakin diskurssianalyysi rajoittaa jonkin verran aineiston kokoa. Diskurssianalyysin tekeminen suuren tekstimassan pohjalta vaatisi pro gradu -tutkielmaa laajemman tutkimuksen. Aineiston suppeus tässä tutkimuksessa on myös ongelmallista laajojen yleistysten tekemisen kannalta, ja yleistämiseen tai muotimedian tämänhetkisen kokonaisuuden, todellisuuden, arvojen ja asenteiden, hahmottamiseen tarvittaisiinkin paljon laajempi aineisto.

Pidän tätä tutkielmaa kuitenkin tärkeänä kokeiluna kriittisen diskurssianalyysin käyttämisestä muotimedian tutkimuksessa, ja osoituksena siitä, että diskurssianalyysin kautta on mahdollista tehdä löytöjä muodin tekstien rivien välistä ja tätä kautta hahmottaa osia ja niiden suhteita median nykytilasta. Tutkimuksen laajentaminen antaisi mahdollisuuden tutkia useampia toimijoita laajemmalla otannalla, sekä ryhmitellä eri toimijoita erilaisiin ryhmiin vertailun mahdollistamiseksi. Kiinnostavaa olisi esimerkiksi tutkia, millaisia diskursseja laajemmalla otannalla teksteistä on mahdollista löytää, sekä sitä, miten nämä diskurssit asettuvat uusien ja perinteisten toimijoiden välillä. Tämä tutkielma, vaikkakin niukalla aineistolla, valottaa kuitenkin osaltaan sitä, millaisia muodin tekstejä on tuotettu vuonna 2018 ja millaisia diskursseja niistä on pystytty tunnistamaan. Kahden toimijan välinen vertailu todistaa, että samoista muodin aiheista on mahdollista kirjoittaa hyvin erilaisista näkökulmista, erilaisten diskurssien ohjaamana. Muotimedia voi aiheidensa puolesta olla yhtenäinen, mutta rivien välistä on mahdollista löytää hyvinkin erilaisia todellisuuksia.

5.1 Tunnistetut diskurssit ja niiden suhteet

Vogue.com -verkkosivustolta löytyvien Singerin tekstien analyysien kautta esiin nousi kolme erilaista diskurssia, jotka nimettiin kuvaamaan keskeistä ajattelutapaa, käsitystä tai olettamusta kunkin diskurssin taustalla: vakavuus-keveysdiskurssi, kehodiskurssi sekä myyttidiskurssi. Yhteisenä nimittäjänä Singerin teksteistä tunnistamilleni diskursseille voidaan pitää erottautumista. Vakavuus-keveysdiskurssissa erottautuivat toisistaan (korkean) muodin vakavuus ja toisaalta sen mahdollisuudet leikkittelyyn ja

keveyteen. Kehodiskurssissa oikeanlainen ja toivottu kehonkuva erotettiin epätoivotusta, ja myyttisyysdiskurssissa esiin nousivat niin korkean muodin itsensä kuin myös sen tekijöiden, suunnittelijoiden ja nimekkäiden muotitalojen, myyttinen asema. Samaan aikaan kaikkia näiden erottelujen yllä, läpileikkaavana ominaisuutena, Singerin teksteissä voidaan nähdä halu erottaa korkea muoti sekä sen luojat, perinteiset muotitalot sekä näiden suunnittelijat muista muodin osa-alueista: sekä nopeasta ja hinnaltaan edullisemmasta muodista että uusien, yleensä nuorten vastavalmistuneiden suunnittelijoiden luomasta kokeilevasta ja rajoja rikkovasta avantgarde-muodista.

Laun *Style Bubble* -blogin tekstien analyysi tuotti niinkään kolme erilaista diskurssia: kriittisyysdiskurssin, tavallisuuskurssin sekä kehodiskurssin. Kriittisyysdiskurssissa Lau nosti esiin muoti-instituution ongelmia aina tasa-arvosta luonnonvarojen käyttöön. Tavallisuuskurssi liittyy Laun kohdalla vahvasti autenttisuuteen ja lukijoihin samastumiseen. Lau ei nosta itseään lukijoiden yläpuolelle, vaikka onkin saanut vahvan aseman muoti-instituution sisällä. Lau korostaa olevansa tavallinen, muoti-instituution ”ulkopuolinen”, joka ei asetu perinteiseen muoti-instituution auktoriteetti- ja legitimaatoroliin. Kehodiskurssissa Lau tuo esiin yksilön kehon suhteessa muotiin ja muoti-instituutiossa vallalla olevaan kapeaan kehonkuvaan.

Laun teksteistä tunnistettujen diskurssien läpileikkaavana ominaisuutena voidaan nähdä lukijoihin samastuminen, tavallisuuden korostaminen sekä autenttisuus, mikä ei kuitenkaan automaattisesti tarkoita muotimaailman demokratisoitumista. Vaikka Lau voidaan nähdä ”tavallisena” ihmisenä, tämän arkipäivä näyttää kuitenkin hyvin erilaiselta monen muun muodista kiinnostuneen henkilön arkipäivään verrattuna. Abidin (2018, 6) esittää asian osuvasti: vaikka arkipäiväisten asioiden jakamisesta on tullut suosittua, eivät kaikkien arkipäiväiset asiat saa samaa huomiota. Näin tavallisten ihmisten suosio noudattaa samaa kaavaa perinteisten julkisuuden henkilöiden suosion kanssa, sillä suosio on kummassakin tapauksessa harvinaista. Tavallisten ihmisten esiintulo sosiaalisen median vaikuttajina ei tarkoita, että jokaista tavallista ihmistä kuunneltaisiin. Demokratisoitumisen ajatus voidaan kuitenkin liittää osaksi Lauta siinä mielessä, että ennen sosiaalista mediaa ja vaikuttajien aikakautta monen nykyisen vaikuttajan mielipiteet eivät olisi saaneet samaa huomiota.

Singerin teksteistä tunnistetut diskurssit eivät yllätä, kun tarkastellaan alustaa, jolle Singer kirjoittaa. *Vogue* muotimediana on pitkään toiminut tietynlaisena legitimoijana muodin kentällä. Lisäksi *Vogue* toimii äänitorvena sille, mitä kuuluu pitää muotina.

Toisin sanoen *Vogue* kokonaisuutena toimii yhtenä jättimäisenä korkean muodin portinvartijana (Kawamura 2011, 125). Tämä portinvartijuus perustuu myös pitkälti taloudellisiin tekijöihin *Voguen* toiminnan taustalla, sillä mainostajilla on usein valtaa saada haluamiaan tuotteita esiin lehden sivuille. Voidaan sanoa, että *Voguen* legitimoinnin perusta on osittain riippuvainen rahasta, mikä ei ole harvinaista muodin kentällä. Muotimaailma ja taloudelliset tekijät ovat tiukasti kietoutuneita toisiinsa, ja muodin pörssiyhtiöiden, kuten myös muiden alojen vastaavien, tehtävä on lopulta tuottaa voittoa. Pelkkä taloudellinen tarkastelu paljastaa muotimaailmasta monia asioita, mutta muotimaailmaa lähemmin tarkasteltaessa löytyy siitä myös toinen puoli: muotimaailman tarinat ja todellisuus, erottelujen tekeminen ja esiin nostaminen, oikean ja väärän määrittelyt sekä asenteet, jotka ulottuvat myös muotimaailman ulkopuolelle. Näitä olen tutkielmassani nostanut esiin juuri diskurssien tunnistamisen kautta.

Myös Laun teksteistä tunnistettuja diskursseja voidaan tarkastella suhteessa blogialustaan. Kun Singerin tekstit sijoittuvat muoti-instituutiossa selkeästi korkeaan, legitimoitivaltaa omaavaan asemaan *Voguen* pitkän historian kautta, on Laun alusta selkeästi uudempi, kun huomioidaan muotimedian historia. Vaikka tässä tutkimuksessa tarkastellut Singerin tekstit ovat Laun tavoin verkkotekstejä, voidaan perinteet ja legitimaatiovalta tässä kohdassa yhdistää *Voguen* maineeseen perinteikkäänä ja arvostettuna toimijana muodin kentällä, löytyivätpä tekstit sitten printtimediasta tai verkosta. Myös Laun asema muoti-instituutiossa on tällä hetkellä vahva, mutta asema on kuitenkin huomattavan erilainen kuin Singerillä. Singer edustaa perinteistä muotimediaa, jonka perinteet, tavat ja legitimaatiovalta ulottuvat paljon Laun tekstejä pidemmälle. Lau on noussut merkittäväksi toimijaksi muotimaailmassa, mutta Laun kohdalla taustalla ei ole perinteikäs, legitimoitu ja tätä samaa valtaa käyttävä taho, vaan Laun henkilökohtainen blogi, joka voidaan nähdä *Vogueen* verrattuna uutena tulokkaana muoti-instituutiossa.

Henkilökohtaisuus on tärkeä ero Laun ja Singerin välillä. Vaikka Singer toimittajana on tunnettu muodin kentällä, edustaa hän nimenomaan *Vogueta* ja *Voguen* tuotemerkkiä. Laun voidaan nähdä edustavan ennen kaikkea itseään, omaa henkilöbrändiään. Tämä antaa Laulle mahdollisesti enemmän vapauksia ilmaista mielipiteitään ja näkemyksiään henkilökohtaisesta ulottuvuudesta käsin. Laun ja Singerin erot diskursseissa selittyvätkin osaltaan juuri edellä käydyn pohdinnan kautta. Kun Singer toimii korkealla ja ikään kuin ylhäältä alaspäin, voidaan Lau nähdä tasavertaisempana toimijana suhteessa lukijakuntaan ja samalla myös alisteisena toimijana Singerille. Kokemus Laun

autenttisuudesta purkautuu havainnollisesti löydettyjen diskurssien kautta. Kriittisyys muodin vakiintuneita toimintatapoja kohtaan, yksilöllisten ja erilaisten kehojen arvottaminen muodin kapean ja yksipuolisen kehonkuvan yläpuolelle sekä oman inhimillisyyden ja tavallisuuden korostaminen ovat Laun tapauksessa keinoja rakentaa autenttisuuden vaikutelmaa ja tätä kautta mahdollisesti vaikuttaa lukijoiden suhtautumiseen positiivisesti. Singerin diskurssit puolestaan pohjautuvat pitkälti erottautumiseen ja tiettyjen suunnittelijoiden, muotitalojen, sekä *Voguen* ja kirjoittajan oman aseman nostamiseen eriarvoiseen asemaan lukijoiden kanssa.

Huomattava ero Singerin ja Laun välillä on myös se, miten molemmat todennäköisesti ovat olleet paikalla samoissa muotinäytöksissä ja jakaneet saman tilan ja esitykset, mutta tilanteen purkaminen ja esittäminen lukijoille näyttäytyy hyvin erilaisena. Lau todistelee lukijoille tavallisuuttaan ja sitä, miten onnekas hän on saadessaan mahdollisuuden istua muotinäytöksissä ja sovittaa näyttösten vaatteita, kun taas Singerin teksteistä huokuu tämänkaltaisten asioiden itsestäänselvyys sekä tietynlainen kyseenalaistamattomuus oman aseman ja lukijoiden aseman suhdetta kohtaan. Singerille korkean muodin edustajana ja legitimoijana oleminen on ensisijaista, kun taas Laulle muotimaailman kommentointi, kritisointi ja ihmettely on etusijalla.

Tämä näkyy myös tavassa esitellä tiettyjä suunnittelijoita ja muotitaloja. Saman teeman käsittely on Singerin puolelta tämän auktoriteettiin ja tietynlaiseen myyttisyyteen painottuvaa. *Vogue*lla ja Singerillä on valta ja oikeus kertoa tietämättömille, mitä muodin sisäpiireissä tapahtuu ja mitä kulloinkin kuuluu arvostaa ja ajatella. Lau ei samalla tavalla aseta itseään auktoriteetiksi, vaikka häntä tällä hetkellä sellaisena voidaan hyvin perustein pitää, vaan enemmänkin lukijoiden kaltaiseksi hahmoksi, joka lukijoiden tapaan on kiinnostunut muotimaailman asioista ja ”sattunut” pääsemään lähemmäs sisäpiiriä kuin tavallinen lukija. Singerin kohdalla neuvominen ja ohjeistaminen nousee esiin, kun taas Laun teksteissä lukijoiden informoiminen muoti-instituution tapahtumista on vahvemmin esillä.

Myös Singerin voidaan nähdä informoivan ja Laun ohjeistavan, mutta suurena kuiluna näiden välillä on informaation suunta. Vaikka Lau on hyvin sisällä muoti-instituutiossa, Lau antaa mahdollisuuden ajatella häntä vertaisenaan. Singerin tekstien suunta on vahvasti ylhäältä alaspäin suuntautuvaa. Singer ei pyri olemaan samastuttava, vaan viestimään lukijoille tavoiteltavia asioita, sitä, millaisia näiden tulisi olla voidakseen erottautua ja näyttäytyä osana ”oikeaa” muotimaailmaa. Laun näkemys on enemmän

”muoti kuuluu kaikille” -tyyppinen, tavoiteltavaa on vain se, mitä itse haluaa tavoitella, ei se, mitä ulkopuolelta tyrkytetään. Tämä näkyy myös selkeästi diskursseissa, ehkä kaikkein selkeimmin kehodiskurssissa, joka pystyttiin tunnistamaan molempien teksteistä. Singerille tietynlainen keho on toivottava ja tavoiteltava, kun taas Lau esittää muotimaailman kapean kehonkuvan laajentamista.

Sekä Singer että Lau yhdistivät muotimaailman tapahtumia ympäröivään maailmaan. Singer esitteli näitä asioita aikakauden hengestä nousevina trendeinä, kun taas Lau yritti pohtia ongelmiin konkreettisia ratkaisuja sekä puntaroimalla muoti-instituution potentiaalia ja mahdollisuuksia muutokseen. Singerin tekstit ja niistä nousevat diskurssit perustuvat pitkälti jonkin tavoiteltavan, mutta lähes saavuttamattomissa olevien yksityiskohtien tavoitteluun ja ihailuun, kun taas Laun teksteissä yhdistyvät perinteiset asukuvat, henkilöbrändi ja toisaalta kuitenkin kriittisyys muoti-instituutiota kohtaan. Molemmat puhuvat myös siitä, mitä muoti on ja mitä sen tulisi olla. Kummallekaan muoti tai tyyli ei ole lähtökohtaisesti turhaa. Näkökulmat ovat osittain hyvinkin erilaiset, mutta yhdistävä tekijä on siinä, että molemmat näkevät olevansa osana jotakin, joka on itsessään tärkeää. Lajittelemalla muotimedian toimijoita laajemmalla otannalla diskurssien perusteella olisi varmasti myös mahdollisuus löytää erilaisia ryhmittymiä jatkotutkimuksessa.

Ennako-odotuksenani tutkielman alussa oli, että tekstien kautta on löydettävissä diskursseja, joihin liittyvien erojen kautta perinteiset muotitoimittajat vastaan bloggaajat -ristiriitatilanne olisi ymmärrettävissä. Diskurssien kautta arvioin pystyväni pohtimaan taustalla vaikuttavia arvoja sekä sitä, millaista muotimaailman todellisuutta kirjoittajat teksteillään rakentavat ja ylläpitävät. Diskurssianalyysin pohjalta voidaan sanoa, että Singer haluaa säilyttää muotimaailman pitkälti nykyisellään, eikä puutu vallitseviin ongelmiin vakavasti. Laun teksteistä puolestaan välittyy halu ja tarve muutokseen esimerkiksi vartalokuvan ja tasa-arvon osalta. Tässä hypoteesini osui oikeaan, ja Laun ja Singerin välillä voidaan nähdä jännite vanhan säilyttämisen ja uuden tuomisen sekä muutoksen välillä. Näin diskurssien voidaan nähdä kamppailevan valta-asehasta muoti-instituutiosta, sillä vanhaa ei voi säilyttää samanlaisena ja muuttaa samaan aikaan.

5.2 Auktoriteetti ja legitimaatiovalta

Erot Singerin ja Laun teksteistä löytyvien diskurssien välillä sijoittuvat mielenkiintoisesti suhteessa Kawamuran (2011, 128–130) näkemyksiin muotijournalistien ja -

toimittajien välisestä erosta sekä yleisesti blogikirjoittamisen asemasta muoti-instituutiossa verrattuna perinteisiin muotitoimittajiin. Tässä tutkimuksessa läpikäydyn aineiston perusteella voidaan sanoa, että perinteisen muotitoimittajan, jollaiseksi Singer voidaan tässä yhteydessä profiloida, tekstit ja niistä tunnistetut diskurssit henkivät erityisesti eron tekemistä muodin ja ei-muodin välille. Singerin tekstit olivat myös suurelta osin kevyempää luettavaa, ja ongelmiin suhtauduttiin kevyemmin kuin Laun tapauksessa. Vertailussa Singerin tekstit osoittautuvat trendejä esitteleviksi ja pitkälti kritiikittömiksi myös muotinäytösten arviointien kohdalla, kun taas Laun aineistot näyttäytyivät vertailussa hyvinkin kriittisiksi ja muutospositiivisiksi.

Kysymykset auktoriteetista ja legitimaatiosta liittyvät kiinteästi bloggaajien ja perinteisten toimittajien väliseen ristiriitaan ja diskurssien kamppailuun valta-asemasta. Auktoriteetti voidaan tässä ymmärtää Singerin ominaisuutena, sillä Lau ei varsinaisesti tekstissään korostanut auktoriteettiasemaansa lukijoita kohtaan. Laun auktoriteettiasemaa ei voida kuitenkaan jättää täysin huomiotta, sillä Laun suosio ja asema muoti-instituutiossa sisältää tietynlaisen korkeamman aseman lukijoihin nähden. Lau pääsee paikkoihin ja tekee asioita, jotka eivät kuulu kaikkien lukijoiden arkipäivään. Tämä liittyy aiemmin käsiteltyyn tavallisten ihmisten ja tavallisen elämän suosioon sosiaalisessa mediassa, sillä kaikkien tavallinen arkipäivä ei saa yhtä suurta suosiota, ja suosion kautta Laun voidaan nähdä olevan ylemmällä tasolla lukijoihin nähden (Abidin 2018, 6).

Auktoriteettia voidaan myös käsitellä *Voguen* ja *Style Bubbles* välisessä suhteessa, jossa nämä asettuvat perinteisen legitimaatiokäsityksen mukaan eriarvoiseen asemaan. Laun massiivisen suosion vuoksi tilanne ei kuitenkaan ole näin yksinkertainen, eikä sitä voida tarkastella vain perinteet vastaan uudet tulokkaat -näkökulmasta. Lukijamäärät ja lukijoiden mahdollistama suosio on kuitenkin omiaan nostamaan Laun hyvin vaikutusvaltaiseksi tekijäksi muoti-instituutiossa. Mediateollisuuden olemassaolo nojaa vahvasti suosioon, katsoja- ja lukijamääriin (Abidin 2018, 6). Perinteisten toimijoiden auktoriteetin horjumisen voidaan näin liittää blogien lukijamääriin, ja muotiin liittyvien blogien lukijamäärän kasvu tekee niistä usein vaikutusvaltaisempia muoti-instituutiossa.

Kiinnostava kysymys kuitenkin on, missä määrin blogien lukijamäärät vaikuttavat *Voguen* lukijamääriin? Ovatko esimerkiksi *Style Bubble* -blogin ja *Voguen* lukijat samoja? Ovatko muotimaailmaa seuraavat ihmiset klusteroituneet, vai seuraavatko samat ihmiset useaa eri tyyppistä mediaa? Näitä kysymyksiä olisi kiinnostavaa käsitellä

jatkotutkimuksessa. Rocamora (2013, 162) nostaa esiin, miten uudet ja vanhat muotimediat eivät useinkaan sulje toisiaan pois, vaan ne enemmänkin ruokkivat toisiaan. Tämän ajatus voisi antaa suuntaa nykymuotimedian tutkimukselle ja toimia testattavana hypoteesina.

5.3 Muotimedia tänään ja huomenna

Diskurssianalyysin kautta voidaan myös näiden aineistojen osalta ymmärtää paremmin tuoretta muotimediaa. Muoti-instituutio ja -media ei tutkimustulosten perusteella vaikuta olevan täydellisen yhtenäinen. Tulosten perusteella voidaan todeta, että tutkimuksessa käsitellyt muotimedian toimijat ovat hyvin erilaisia. Vaikka muotimedia voi näyttäytyä aiheidensa suhteen yksipuolisena, ja myös Laun ja Singerin teksteistä löytyy paljolti samoja aiheita, voidaan diskurssien kautta todeta näiden puhuvan hyvinkin erilaisista muoti-instituutioon kohdistuvista toiveista ja arvoista. Instituutio vaikuttaa vahvasti molempien toimijoiden taustalla, mutta siihen suhtautuminen on Laun ja Singerin välillä erilaista. Molemmilla on esillä esimerkiksi #metoo ja tasa-arvo, mutta kuitenkin hyvin eri tavoin. Lau ottaa vakavaan asiaan kantaa vakavasti, Singer sivuaa asiaa ja liittää sen syksyn uusiin mallistoihin ja käsittelee #metoota ja tasa-arvoa enemmänkin trendinä kuin vakavasti otettavana ihmisoikeuskysymyksenä.

Tässä tutkielmassa löydettyjen diskurssien perusteella erityisen tärkeäksi termiksi nousee muutos. Lau haluaa muuttaa muotimaailmaa, kun taas Singer pitää sen samanlaisena. Laun lukijamäärien puolesta näkisin, että muotimaailman muuttuminen muotia seuraaville on ainakin jossain määrin hyväksyttävää. Tämä argumentti vaatii kuitenkin taustalle lukijoiden tarkempaa kartoittamista ja mahdollisesti myös kommenttien tutkimista. Laun nousu muoti-instituution vaikuttajaksi on kuitenkin todiste siitä, että Laun julkaisuja luetaan, joten muutospositiivisuus näyttää tämän tutkimuksen pohjalta mahdolliselta.

Lukijamäärät ja yleisön kiinnostus ovat tärkeitä muutoksen toteutumisessa. *Vogue*kin tarvitsee lukijoita, ja jos ihmisten asenteet muuttuvat, on senkin jossain määrin muututtava. Voi myös olla, että pienen piirin korkea muoti säilyttää asemansa ja kaikki säilyy muuttumattomana, jolloin muodostuu erilaisia rinnakkaisia muotitodellisuuksia, mikä varmasti on jossakin määrin todellisuutta tälläkin hetkellä. Mahdollisuuksia muutokseen siis on, mutta perinteisten toimijoiden legitimaatiovallan ja erottautumisen halun vuoksi muutosta ei välttämättä koskaan tule tapahtumaan yhtenäisesti laajassa

mittakaavassa, jolloin muoti-instituutio tulee säilyttämään erilaisia tasoja ja diskursseja, erilaisia todellisuuksia.

Lähteet

Tutkimusaineisto

Lau, Susanna (2018a) *Susie Bubble* [blogi]. <http://stylebubble.co.uk/>. (7.12.2018)

Vogue.com/Sally Singer [verkkosivu] (2018) <https://www.vogue.com/contributor/sally-singer>. (7.12.2018)

Tutkimuslähteet

Abidin, Crystal (2018) *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*. Emerald Publishing: United Kingdom.

Apeageyi Phoebe R. (2008) ”Significance of body image among UK female fashion consumers: The cult of size zero, the skinny trend” *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 1:1, 3-11.

Barberá, Pablo, Roberts, Margaret E., Theocharis, Yannis & Tucker, Joshua A. (2017) ”From Liberation to Turmoil: Social Media And Democracy”. *Journal of Democracy*, Volume 28, Nro. 4, s. 46 – 59.

Barthes, Roland (1964) *Elements of Semiology*. Käännös Annette Lavers & Colin Smith (1973). Hill and Wang: New York.

Barthes, Roland (1967) *The Fashion System*. Käännös Matthew Ward & Richard Howard (1990). University of California Press: Berkeley.

Bartlett, Djurdja, Cole, Shaun & Rocamora, Agnes (toim.) (2013) *Fashion Media: Past and Present*. Bloomsbury: London & New York.

Bednarek, Monika (2010) *The Language of Fictional Television: Drama and Identity*. Continuum: London & New York.

Bednarek, Monika, Caple, Helen (2012) *News Discourse*. Continuum: London & New York.

Bednarek, Monika (2014) ”’Who are you and why are you following us?’ Wh-questions and communicative context in television dialogue” teoksessa John Flowerdew (ed.) *Discourse in Context: Contemporary Applied Linguistics Volume 3*. Bloomsbury: London.

Bengtsson, Anders, Östberg, Jacob (2006) *Märken och människor: Om marknadssymboler som kulturella resurser*. Studentlitteratur: Lund.

Berger, Peter, Luckmann, Thomas (1966) *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Penguin: Lontoo.

Billig, Michael (1991) *Talking of the Royal Family*. Routledge: London.

Bourdieu, Pierre (1993) *The Field of Cultural Production*. Polity: Cambridge.

Bourdieu, Pierre (1994) "Structures, Habitus and Practices" teoksessa P. Press (toim.) *The Polity Reader in Social Theory*. Polity Press: Cambridge.

Burr, Vivien (1995) *An Introduction to Social Constructionism*. Routledge: London.

Cheang, Sarah (2013) "'To the Ends of the Earth': Fashion and Ethnicity in the Vogue fashion shoot" teoksessa Djurdja Bartlett, Shaun Cole & Agnes Rocamora (toim.) *Fashion Media: Past and Present*. Bloomsbury: London & New York.

Dahlgren, Anna (2009) "Mode + fotografi = bidrag till den svenska modefotografins tidiga historia" teoksessa Dirk Gindt & Louise Wallenberg (toim.) *Mode: En introduktion*. Raster Förlag: Stockholm.

Davenport, Thomas H. (2001) *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Harvard Business School Press: Boston.

Downing Peters, Lauren (2014) "You Are What You Wear: How Plus-Size Fashion Figures in Fat Identity Formation". *Fashion Theory*, 18:1, 45-71.

Duffy, Brooke Erin (2013) *Remake, Remodel: Women's Magazines in the Digital Age*. University of Illinois Press: Urbana, Chicago & Springfield.

Eco, Umberto (1976) *A Theory of Semiotics*. London The Macmillan Press.

Entwistle, Joanne (2000) *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*. Polity Press: Cambridge, Maiden.

Evans, Caroline (2012) *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity and Deathliness*. 4. Painos. Yale University Press: New Haven & London. Alkuperäisteos 2003.

Fairclough, Norman (1989) *Language and Power*. Longman: London.

Fairclough, Norman (1992) *Discourse and Social Change*. Polity: Cambridge.

Ferreday, Debra (2015) "Game of Thrones, Rape Culture and Feminist Fandom". *Australian Feminist Studies* vol. 30(83): 21-36.

Foucault, Michel (1972) *The Archaeology of Knowledge*. Pantheon Books: New York.

Frankel, Valerie Estelle (2014) *Women in Game of Thrones: Power, Conformity and Resistance*. McFarland & Company: North Carolina.

Fuery, Kelly (2009) *New Media*. Palgrave: New York.

Gergen, Kenneth (1994) *Realities and Relationships. Soundings in Social Construction*. Harvard University Press: Cambridge.

Hall, Stuart (1997) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage & The Open University: London & Thousand Oaks, CA.

- Hautakangas Mikko, Noppari Elina (2012) *Kovaa työtä olla minä: Muotibloggaajat mediamarkkinoilla*. Tampere University Press.
- Heinonen, Yrjö (toim.) (2014) *Taide, kokemus ja maailma: Risteyksiä tieteidenväliseen taiteiden tutkimukseen*. Utukirjat: Turku.
- Hill, Daniel Delis (2004) *As Seen in Vogue: A Century of American Fashion in Advertising*. Texas Tech University Press: Lubbock.
- Hollander, Anne (1994) *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress*. Alfred Knopf: New York.
- Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (2016) *Diskurssianalyysi: Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. Vastapaino: Tampere.
- Jones, Richard M. (2006) *The Apparel Industry*. 2. Painos. Blackwell Publishing: Oxford. Alkuperäisteos 2002.
- Kawamura, Yuniya (2011) *Modeologi: En introduktion till modevetenskap*. Käännös Kristina Larsén. Norstedts: Stockholm. Alkuperäisteos 2004.
- Keller, Jessalyn, Mendes, Kaitlynn, Ringrose, Jessica (2018) ”#MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism”. *European Journal of Women’s Studies* vol. 25(2): 236-246.
- Kempf, Wilhelm (2006) ”Social Constructivism and Its Implications for Critical Media Studies”. *Conflict & Communication Online*, vol. 5, No. 1, 2006.
- Kowalczyk, Christine M., Pounders, Kathryn R. (2016) "Transforming celebrities through social media: the role of authenticity and emotional attachment". *Journal of Product & Brand Management*, vol. 25(4): 345-356.
- Laver, James (1995) *Costume and Fashion: A Concise History*. Thames & Hudson: London. 3. painos. Alkuperäisteos 1969.
- Lynch, Richard A. (2014) ”Foucault’s Theory of Power” teoksessa Diana Taylor (toim.) *Michel Foucault: Key Concepts*. Routledge: London.
- Marwick, Alice E. (2015) ”Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy”. *Public Culture*. 27 (1 (75)): 137-160.
- McKee Heidi & Porter, James (2008) ”The Ethics of Digital Writing Research: A Rhetorical Approach”. *College Composition and Communication* 59(4): 711 – 749.
- Mears, Ashley (2010) ”Size zero high-end ethnic: Cultural production and the reproduction of culture in fashion modeling”. *Poetics* 38 (2010) 21–46.
- O’Sullivan John (2012) ”Challenging Values: The ”Good” Journalist Online” teoksessa Eugenia Siapera & Andreas Veglis (toim.) *The Handbook of Global Online Journalism*. John Wiley & Sons: West Sussex.

- Pham, Minh-Ha T. (2013) ”“Susie Bubble is a Sign of The Times”: The Embodiment of Success in the Web 2.0 Economy”. *Feminist Media Studies*, 01/2012, s. 1 – 23.
- Pynnönen, Anu (2013) ”Diskurssianalyysi: Tapa tutkia, tulkita ja olla kriittinen”. Working paper, Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu.
- Railo, Erkkä (2011) *Henkilökohtainen on poliittista: Neuvottelu politiikan sukupuolittuneesta työnjaosta Annan julkaisemissa poliitikkojen henkilökuvissa vuosina 1975–2005* [väitöskirja]. Turun yliopisto.
- Rantisi, Norma (2006) ”How New York Stole Modern Fashion” teoksessa Christopher Beward & David Gilbert (toim.) *Fashion’s World Cities*. Berg: Oxford.
- Rocamora, Agnès (2009) *Fashioning the City: Paris, Fashion and the Media*. I.B. Tauris: London & New York.
- Rocamora, Agnès (2012): ”Hypertextuality and Remediation in the Fashion Media”. *Journalism Practice*, 6:1, 92 – 106.
- Rocamora, Agnès (2013) ”How New Are New Media?: The Case of Fashion Blogs” teoksessa Djurdja Bartlett, Shaun Cole & Agnes Rocamora (toim.) *Fashion Media: Past and Present*. Bloomsbury: London & New York.
- Seppänen, Janne (2001) *Katseen voima*. Vastapaino: Tampere.
- Simmel, Georg (1957) ”Fashion”. *The American Journal of Sociology*, 62:6, 641 – 58.
- Steele, Valerie (1998) *Paris Fashion: A Cultural History*. Berg: Oxford & New York. 2. painos.
- Steele, Valerie (2012) ”Fashion” teoksessa Adam Geczy & Vicki Karaminas (toim.) *Fashion and Art*. Berg: London, New York.
- Svelte, Dita (2017) ”“Do You Call this Thing a Coat?”: Wit, the Epigram and the Detail in the Figure of the Ultimate Dandy, Beau Brummell”. *Fashion Theory*, 1 – 28.
- Turtiainen, Riikka & Östman, Sari (2003) ”Verkkotutkimuksen eettiset haasteet: Armi ja anoreksia” teoksessa Salla-Maaria Laaksonen, Janne Matikainen & Minttu Tikka (toim.) *Otteita verkosta: Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tampere: Vastapaino.
- Töyry, Maija (2005) *Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat: Neuvotteluja lukijasopimuksesta* [väitöskirja]. Helsingin yliopisto: Helsinki.
- Töyry, Maija (2008) ”Naistenlehtien keskinäiset erot ja samankaltaisuudet”. *Tiedotustutkimus* 2008:1, 31:1, 21–34.
- Valtonen, Sanna (2004) ”Tiedon ja vallan kaivauksilla: Michel Foucault ja media-tutkimuksen mahdollisuudet” teoksessa Tuomo Mörä, Inka Salovaara-Moring & Sanna Valtonen: *Mediatutkimuksen vaeltava teoria*. Gaudeamus: Helsinki.

Van Dijk, Teun A. (1993) "Principles of Critical Discourse Analysis". *Discourse & Society* 4:2, s. 225 – 248.

Van Dijk, Jan A. G. M. (2005) *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. Sage Publications: Thousand Oaks.

Veblen, Thorstein (1957) *The Theory of Leisure Class*. Allen & Unwin: Lontoo.
Alkuperäisteos 1899.

Vänskä, Annamari (2012) *Muodikas lapsuus: Lapset mainoskuvissa*. Gaudeamus: Helsinki.

Wilson, Elizabeth (2003) *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. I.B.Tauris & Co: London, New York. Alkuperäisteos 1985.

Wolff, Janet (1993) *The Social Production of Art*. University Press: New York.

Wodak, Ruth (2001) "What CDA Is About: A Summary of its History, Important Concepts and its Developments" teoksessa Ruth Wodak, Michael Meyer (toim.) *Methods of Critical Discourse Analysis*. Sage Publications: London.

Kontekstilähteet

Amed, Imran (2007) "Q&A: A Conversation with Susie from Style Bubble". *Business of Fashion*, 12. Nov [verkkosivu]. <https://www.businessoffashion.com/articles/fashion-tech/qa-a-conversation-with-susie-from-style-bubble?more-346>. (12.9.2018)

Artnet.com (2018) "Bettina Rheims" [verkkosivu]
<http://www.artnet.com/artists/bettina-rheims/>. (23.11.2018)

Bobila, Maria (2016) "Susie Bubble and Bryanboy Respond to Vogue.com Criticism on Fashion Bloggers [Updated]". *Fashionista* [verkkosivu].
<https://fashionista.com/2016/09/vogue-criticism-bryanboy-susie-bubble>.

The Business of Fashion (2018a) [verkkosivu], "Susie Lau".
<https://www.businessoffashion.com/community/people/susanna-lau>. (12.9.2018)

The Business of Fashion (2018b) [verkkosivu], "Alexander Wang".
<https://www.businessoffashion.com/community/people/alexander-wang>. (6.12.2018)

The Business of Fashion (2019) [verkkosivu], "Stuart Vevers".
<https://www.businessoffashion.com/community/people/stuart-vevers>. (7.2.2019)

Cambridge English Dictionary (2019a) "Fitness" [verkkosivu]
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fitness>. (4.4.2019)

Cambridge English Dictionary (2019b) "Mindfulness" [verkkosivu]
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/mindfulness>. (4.4.2019)

ChiCityFashion [blogi] (2014) "Fashion vs. Fashun" [blogiartikkeli]
<https://chicityfashion.com/over-the-top-fashion/>. (20.11.2018)

Core, Charlotte (2015) ”Haute Couture fact file”. Telegraph.co.uk [verkkosivu] <http://fashion.telegraph.co.uk/news-features/TMG10147014/Haute-Couture-fact-file.html>. (21.11.2018)

Hallamaa, Laura (2017) ”Marilyn Monroe kutsui Hollywoodia ylikuormitetuksi bordelliksi – elokuva-alan seksuaalisesta ahdistelusta on puhuttu sata vuotta, mutta mikään ei ole muuttunut”. *Helsingin Sanomat* [verkkolehti] HS-analyysi, Kulttuuri. https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005436215.html?utm_source=facebook&utm_medium=toimitus&fbclid=IwAR2bQvvIkRz8zQ16yO3XKCidL5cDgjbexrbWKqc4dzJUQKGVcyb5GcDCcI. (20.11.2018)

HBO Nordic (2019) [verkkosivu] ”Game of Thrones”. <https://fi.hbonordic.com/series/game-of-thrones/93903f01-a1af-416b-a1f9-d1b454dcb31b>. (4.4.2019)

Imdb.com (2018) [verkkosivu] ”Sylkiäiset: Spitting Image”. <https://www.imdb.com/title/tt0086807/>. (7.12.2018)

Kröger, Tanja (2016) ”Fitness-hypetys myy – mutta mitä tulee tilalle?”. Vapa Media [verkkoartikkeli] <https://www.vapamedia.fi/artikkeli/fitness-hypetys-myy-mutta-mita-tulee-tilalle/>. (4.4.2019)

Lau, Susanna (2012) ”An Outsider”. *Style Bubble* [blogi] http://stylebubble.co.uk/style_bubble/2012/10/an-outsider.html. (6.12.2018)

The Keith Haring Foundation (1997-2018) [verkkosivu] <http://www.haring.com/>. (30.11.2018)

Lau, Susanna (2018b) ”FAQ”. *Style Bubble* [blogi]. <http://stylebubble.co.uk/faq>. (12.9.2018).

Paisley Park (2018) [verkkosivu]. <https://officialpaisleypark.com>. (2.10.2018)

Rosen, Jay (2006) ”The People Formerly Known as the Audience”. *Huffpost.com* [verkkosivu]. https://www.huffingtonpost.com/jay-rosen/the-people-formerly-known_1_b_24113.html. (21.9.2018)

Salusjärvi, Aleks (2018) ”Taidealan häirintätapauksista tuli monelle miehelle karu herätys”. *Yle.fi* [verkkosivu]. <https://yle.fi/uutiset/3-10151472>. (30.11.2018)

Tack, Dries (2018) ”Meet the future of Belgian fashion world: Ester Manas”. *Belgian Boutique* [verkkolehti] <http://www.belgianboutique.com/magazine/fashion/ester-manas-big-again-designer-interview>. (7.12.2018)

Time's Up (2019) [verkkosivu] <https://www.timesupnow.com>. (4.4.2019)

Villa Noailles (2018) [verkkosivu] <http://villanoailles-hyeres.com/festival-2018/pw/festivals/33e-festival-de-mode-de-photographie-et-daccessoire-de-mode-a-hyeres/?lang=en>. (8.10.2018).

Yogapedia [verkkosivu] <https://www.yogapedia.com/definition/4960/ashram>. (22.10.2018)